

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang ini individu dalam masyarakat banyak melakukan perubahan, dimana individu itu sendiri yang menentukan perubahan kearah mana yang akan diikuti. Individu itu sendiri pada dasarnya adalah bagian dari masyarakat atau orang-orang yang hidup berkelompok dalam suatu daerah yang sama dan selalu mengalami perubahan. Perubahan pada individu dapat terjadi secara cepat ataupun lambat dan perubahan tersebut ada yang sudah terencana dan ada pula yang tidak terencana. Modernisasi termasuk dalam perubahan sosial dalam masyarakat yaitu perubahan yang terjadi pada masyarakat tradisional menuju masyarakat modern dimana hal tersebut adalah proses memperbaharui pola perilaku sehingga sesuai dengan perkembangan zaman. Dengan adanya modernisasi dalam masyarakat menjadikan terciptanya globalisasi. Dimana globalisasi menjadikan manusia berperilaku yang sesuai dengan harapan masyarakat dunia yang menjadikan perubahan pada diri manusia tersebut menjadi sangat cepat, termasuk didalamnya meminum kopi.

Meminum kopi di Indonesia bukan lagi hal yang baru melainkan sudah menjadi kebiasaan sejak lama. Dalam penelitian Eddy Priyono (2006), peneliti menggunakan istilah “ngopi” untuk menjelaskan kebiasaan atau kegiatan masyarakat yang meminum kopi. Pada awalnya ngopi merupakan kebiasaan orang dewasa di pedesaan yang menikmati kopi dalam segala macam bentuk aktivitas sosialnya mulai dari rumah, di

kebun, di pengajian bahkan di warung kopi. Ngopi adalah aktivitas minum secangkir kopi yang dilakukan baik individu maupun kelompok yang di dalamnya terdapat aktivitas sosial. Dalam penelitian ini menjelaskan kebiasaan ngopi tersebut berubah menjadi kebiasaan berkumpul pada seseorang yang hidup sebagai masyarakat urban sering dilakukan di kafe atau *coffee shop*.

Perkembangan kopi di Indonesia menurut Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional dalam *International Coffee Organization* menjadikan Indonesia sebagai negara penghasil kopi terbesar ke-4 dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia dengan jumlah produksi tahun 2016 mencapai 639.305 ton dan luas area sebesar 1.228.512 ha. Sumatera Selatan merupakan wilayah dengan jumlah produksi terbanyak dan luas area terbesar di Indonesia, diikuti Lampung. Kedua propinsi ini merupakan produsen kopi robusta. Namun Ekspor kopi Indonesia dalam lima tahun terakhir mengalami penurunan. Tercatat bahwa pada 2012 nilai ekspor kopi yang mencapai 1,5 Miliar USD terus menurun hingga 2014, kemudian menguat kembali pada 2015, dan kembali mengalami penurunan pada 2016 yang hanya mencapai 1,4 Miliar USD. Penurunan ekspor disebabkan oleh turunnya produksi kopi domestik yang hanya mencapai 639.305 ton pada 2016 atau menurun 0,02% dari tahun sebelumnya yang mencapai 639.412 ton.

Tingginya tingkat penghasil kopi di Indonesia menjadikan maraknya *coffee shop*. *Coffee shop* adalah suatu kafe kecil atau restaurant yang biasanya menjual minuman ringan bersama dengan minuman olahan kopi. Maraknya *coffee shop* tersebut dapat

dilihat pada kota-kota besar yang ada di Indonesia dengan bermacam-macam bentuk *coffee shop* mulai dari yang kelas premium sampai dengan kelas sederhana. Dalam jurnal Irwanti Said (2017) warung kopi menjadi sesuatu usaha yang dilakukan dalam berbagai usaha baik perorangan maupun lembaga/kelompok sehingga berdampak kepada hubungan/interaksi simbolik pada ruang dan tempat yang dilakukan oleh orang perorang dalam melakukan sebuah diskusi, bisnis, atau hanya sekedar melepas kepenatan dalam rutinitas. 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 orang disekitarnya, dan karena individu adalah pribadi yang selalu berubah secara dinamis. Maka pelaku bisnis harus mempelajari elemen-elemen sosial dari masyarakat sehingga dapat bersesuaian dengan perkembangan dinamika masyarakatnya (Said, 2017 : 34).

Banyaknya *coffee shop* yang bermunculan menjadikan para pelaku bisnis harus memiliki strategi dalam mempertahankan usahanya agar tidak ditinggalkan oleh pelanggan. Dalam penelitian Mechi Ristolina Adha (2018) terdapat berbagai strategi pemilik dalam mempertahankan pelanggan yaitu Pertama, dengan tidak menyediakan fasilitas *WiFi* cara ini dianggap salah satu cara dalam mempertahankan pelanggan

untuk datang kembali ke Kedai Kopi tersebut karena dengan tidak adanya *wifi* menjadikan pelanggan dapat berkomunikasi tanpa adanya hambatan. Kedua, Memperkuat citra rasa kopi yang khas cara ini juga merupakan salah satu cara yang dapat digunakan oleh Kedai Kopi dalam mempertahankan pelanggannya. Citra rasa kopi yang khas tersebut membuat pelanggan ingin datang kembali untuk menikmati kopi dari Kedai Kopi tersebut. Dengan demikian hal ini dapat berhasil dalam mempertahankan pelanggan Kedai Kopi tersebut. Hal ini yang sering menjadi acuan bagi pemilik usaha *coffee shop* untuk menarik konsumen tidak hanya soal rasa namun tempat dan desainnya dapat menjadi nilai tambah konsumen mengunjungi *coffee shop* tersebut, seperti dengan memberikan pelayanan yang terbaik seperti menyediakan kursi yang nyaman, free wifi, dan lain sebagainya.

Usaha *Coffee shop* ini juga sudah mulai menjamur di Pangkalan Kerinci, , mulai dari *coffee shop* yang hanya menjual berbagai macam kopi sampai *coffee shop* yang juga menjual aneka minuman dan makanan lain. Pangkalan Kerinci adalah sebuah kecamatan yang juga merupakan ibu kota Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk Pangkalan Kerinci pada tahun 2017 memiliki jumlah penduduk terbanyak dibandingkan dengan kecamatan lain yang ada di Kabupaten Pelalawan yaitu sebanyak 124.974 jiwa. Kecamatan ini memiliki potensi pengembangan karena terletak di Jalan Raya Lintas Sumatera. Pangkalan Kerinci sejak awal perkembangannya telah terpola untuk berkembang secara linier sepanjang tepi kiri kanan jalan yang mengarah ke utara-selatan. Kota

Pangkalan Kerinci terus berkembang seiring sejak adanya industri serat, pulp, dan kertas global yang bernama PT. Riau Andalan Pulp and Paper atau yang dikenal dengan PT. RAPP. Pabrik yang berada di Kota Pangkalan Kerinci ini termasuk situs pabrik pulp dan kertas modern, pabrik kimia terpadu, dan pembangkit listrik yang menghasilkan semua energi untuk kota yang kompleks dan dekat. Sehingga Kota Pangkalan Kerinci terus berkembang, modernitas berada dimana-mana dan teknologi yang digunakan sudah modern.

Beragam jenis pekerjaan yang dilakoni oleh individu yang ada di Pangkalan Kerinci seperti nelayan, tukang bangunan, karyawan PT. Riau Andalan Pulp And Paper (RAPP), guru, membuka lahan kebun sawit atau karet, bahkan membuat peluang usaha sendiri untuk kelangsungan hidup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Karena keberagaman pekerjaan yang ada membuat tingkat pendidikan sangat dibutuhkan, Berdasarkan data BPS (2018) di Pangkalan Kerinci sendiri terdapat dua puluh satu tingkat pendidikan mulai dari jenjang Sekolah Dasar sampai pada jenjang Perguruan Tinggi. Keberagaman etnis dan budaya juga menjadi bagian yang ada di Pangkalan Kerinci karena pada dasarnya masyarakat yang ada di Pangkalan Kerinci adalah masyarakat rantau, seperti jawa, minang, batak, nias, dan sebagainya. Masyarakat asli adalah melayu dengan demikian menjadikan daerah ini kental dengan budaya melayu, namun itu tidak menutup kemungkinan masyarakat rantau untuk memperlihatkan budayanya hal ini dilihat dari banyaknya kelompok sosial masyarakat daerah lain yang ada di Pangkalan Kerinci.

Penikmat kopi di daerah Pangkalan Kerinci menjadi beragam tidak hanya satu kalangan

saja, semua kalangan dapat menjadi penikmat kopi mulai dari tukang bangunan, karyawan-karyawan pabrik kertas RAPP, pegawai kantoran, anak sekolah, mahasiswa baik itu laki-laki maupun perempuan. Dalam hal menikmati kopi tidak ada sekat diantaranya, Seluruh kalangan dapat menikmati kopi dan ini menandakan bahwa *coffee shop* tersebut memiliki potensi kultural yang membawa setiap individu pada pembauran sosial. Hal ini tidak terlepas dari manfaat adanya *Coffee shop* sebagai tempat menemukan ide dan gagasan, ini juga tidak terlepas dari penikmat kopi yang menjadikan warung kopi sebagai tempat sumber informasi dan inspirasi.

Banyaknya penikmat kopi di Pangkalan Kerinci menjadikan usaha tersebut bermunculan. Berikut adalah tabel *coffee shop* yang ada di Pangkalan Kerinci :

Tabel 1. 1
Daftar Coffee Shop di Pangkalan Kerinci

No	Nama <i>Coffee Shop</i>	Tahun Berdiri
1	Nongcan Kopi Tiam	2016
2	Om Dut Coffee	2017
3	Kedai Kopi Nusantara Jilid 4	2018
4	Kedai Kopi Aceh Gayo	2019
5	Kedai Kopi Wak lasak	2019
6	Kedai Kopi Fajar	2019
7	Om Keling Coffee	2019
8	Coffee and Cake Boedak Kampoeng	2019
9	Kedai Kopi Jambi	2019
10	Kedai Kopi Brillian	2019
11	Pelita Coffee	2020

J

Sumber: data primer

Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti maka peneliti menemukan bahwa *coffee shop* ini sebagian besar memiliki konsep yang hampir sama mulai dari desain dan fasilitas didalamnya, untuk kopi yang dihasilkan memiliki metode penyeduhan yang sama yaitu secara otomatis dengan alat penyeduh kopi yang dapat dilihat langsung oleh konsumen. *Coffee shop* ini banyak menggunakan biji kopi dari berbagai daerah yang ada di Indonesia yang dapat dinikmati oleh konsumen. Dengan hadirnya *coffee shop* tersebut menjadikan cara berbeda dalam menikmati kopi yaitu dengan berbagai macam teknik penyeduhan, rasa, serta suasana *coffee shop* yang tentunya sesuai dengan kantong mereka.

Semakin banyak *coffee shop* yang ada di Pangkalan Kerinci membuka peluang besar bagi setiap individu karena memiliki tempat nongkrong yang baru. Individu juga sering sekali memiliki kriteria tersendiri dalam menentukan tempat untuk berkumpul untuk menikmati waktu luang, inilah yang menjadi acuan setiap individu untuk mengunjungi *coffee shop* yang ada di Pangkalan Kerinci.

Setiap *Coffee shop* yang ada selalu ramai dikunjungi dan sering digunakan sebagai tempat melakukan kegiatan oleh komunitas yang ada. Dalam melakukan suatu kunjungan ke *coffee shop*, individu pasti memiliki motif yang ada di dalam dirinya. Motif yang ada pada diri individu dimulai dari kebutuhan yang diinginkannya dan berusaha untuk melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan yang diharapkannya.

Melihat banyak *coffee shop* yang ada di Pangkalan Kerinci menjadikan peneliti ingin melakukan penelitian untuk melihat motif yang mendorong individu tersebut mengunjungi *coffee shop* tersebut. Penelitian ini berjudul “Motif Individu Mengunjungi *Coffee Shop* di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau”.

1.2 Rumusan Masalah

Modernisasi mempengaruhi perkembangan *coffee shop* di kalangan masyarakat baik itu secara individu maupun berkelompok yang mengakibatkan perubahan ataupun memperbaiki pola perilaku sesuai dengan perkembangan zaman. Hal tersebut menjadikan para pegiat usaha harus mengikuti perkembangan zaman dalam menjalankan usahanya dengan pilihan menjadikan *coffee shop* sebagai salah satu yang sedang banyak diminati. Hal tersebut dapat dilihat pada individu yang ada di Indonesia dimana kopi menjadi salah satu bagian dari kehidupan. Hal serupa juga terjadi di daerah Pangkalan Kerinci. Banyaknya *coffee shop* yang bermunculan di Pangkalan Kerinci terjadi karena banyaknya penikmat kopi dengan berbagai varian dan cara penyeduhannya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah **“Apa motif individu mengunjungi *coffee shop* di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan yang telah dijabarkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Tujuan Umum

Mendeskripsikan motif aktor mengunjungi *coffee shop* di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.

2. Tujuan Khusus

1. Mendeskripsikan *because motive* aktor mengunjungi *coffee shop* di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.
2. Mendeskripsikan *in order to motive* aktor mengunjungi *coffee shop* di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek Akademik

Hasil penelitian ini secara akademik adalah dapat memberikan sumbangan atau referensi terhadap perkembangan pengetahuan mengenai kajian ilmu sosial terutama dalam ilmu sosiologi ekonomi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk bahan masukan dan pertimbangan kepada akademisi sosial dalam melakukan riset, khususnya bagi pihak- pihak yang tertarik untuk meneliti permasalahan ini lebih lanjut.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1. Definisi Aktor

Menurut KBBI aktor adalah seorang laki-laki sebagai pelaku dalam suatu pementasan cerita, drama, dan sebagainya di panggung, radio, televisi, atau film. Atau biasa disebut juga sebagai orang yang ikut andil dalam sesuatu kejadian yang penting. Dalam ilmu sosial biasanya aktor disamakan dengan individu, yang dimana individu adalah unit terkecil pembentuk masyarakat. Dalam ilmu sosial, individu berarti juga bagian terkecil dari kelompok masyarakat yang tidak dapat dipisah lagi menjadi bagian yang lebih kecil. Pada dasarnya, setiap individu memiliki ciri-ciri yang berbeda. Individu yang saling bergabung akan membentuk kelompok atau masyarakat. Individu tersebut akan memiliki karakteristik yang sama dengan kelompok di mana dirinya bergabung. Individu berasal dari kata latin, “individuum” yang artinya tak terbagi. Kata individu merupakan sebutan yang dapat untuk menyatakan suatu kesatuan yang paling kecil dan terbatas. Kata individu bukan berarti manusia sebagai keseluruhan yang tak dapat dibagi melainkan sebagai kesatuan yang terbatas yaitu sebagai manusia perseorangan.

Dengan demikian dalam penelitian ini peneliti melihat aktor atau individu yang mengunjungi *coffee shop* adalah aktor yang memiliki tujuan yang sama dan memiliki motif yang hampir sama pula pada saat mengunjungi *coffee shop*.

1.5.2 Definisi Coffee Shop

Coffee shop sendiri sering disebut juga kafe oleh masyarakat. Berasal dari bahasa Prancis *cafe* yaitu *coffee* atau dalam bahasa Indonesia kopi atau *Coffee shop* (kedai kopi). Istilah ini muncul pada abad ke 18 di Inggris masuk ke Eropa pertama kali pada tahun 1669. Eksistensi kafe sebagai warung kopi mengalami pergeseran, kafe tidak lagi terpaku pada kopi saja namun juga menyediakan makanan dan minuman tradisional hingga modern. Kafe kini telah menjadi pemandangan yang biasa melalui beragam penamaannya mulai dari warung kopi atau *coffee shop*, angkringan, pujasera, kedai, dan sebagainya (Anthony, 2007:6).

Coffee shop pertama di dunia adalah *coffee shop* kiva Han pada tahun 1475 di Konstantinopel (sekarang Istanbul) Turki yang melayani pengunjungnya dengan kopi khas Turki dimana kopi Turki tersebut disajikan sangat kuat, pekat, hitam, dan tanpa filter. Orang-orang Turki memasaknya dengan “ibrik” pot ala Turki. Budaya minum kopi seperti hal demikian masih diterapkan di Turki hingga sekarang. Pada tahun 1529 di Eropa penambahan cream dan pemanis menjadi tren setelah kedai kopi pertamanya didirikan. Tahun 1652 kedai kopi pertama dibuka di daratan Britania hingga sampai ke Inggris sampai sekarang masih berjalan. Kemudian tahun 1654 di Italia, di Paris tahun 1672, Jerman pada tahun 1673, dan pada tahun 1946 salah satu kedai kopi di Italia, Gaggia lokasi pertama yang menciptakan dan menawarkan *espresso*. Era modern kedai kopi dunia pun dimulai

Pada awalnya *Coffee shop* hanya berkembang berdasarkan pengolahan tradisional yang identik dengan warung kecil yang sederhana, dan kopi yang disajikan hanya kopi

tubruk biasa tanpa tambahan apapun. Berbeda dengan *Coffee shop* pada saat ini banyak berkembang di daerah-daerah perkotaan bahkan pada saat ini disetiap sudut kota di Indonesia terdapat *Coffee shop*. Artinya perkembangan *Coffee shop* terbilang sangat cepat mengikuti perkembangan zaman seperti pada saat ini *coffee shop* yang terkenal di Indonesia seperti *Starbuck Coffee*, *El's Coffee*, *KFC Coffee*, *Coffe Bean & Tea Leaf*, dan lainnya.

Coffee Shop ialah tempat yang menyediakan berbagai macam olahan minuman jenis kopi yang dibuat dengan teknik berbagai macam jenisnya, ada yang menggunakan alat *manual brew* seperti *presso*, *drip*, *v60*, *French press*, dimana kopi disajikan tidak dengan ampasnya. Dan terkadang ada juga yang menggunakan mesin kopi otomatis, tentu dengan ketepatan pembuatan karena terdapat ukuran yang pas. (Santoso, 2017 Vol.VI/No.1: 13)

Dalam Penelitian ini *coffee shop* yang dilihat adalah *coffee shop* yang ada di Pangkalan Kerinci yang banyak dikunjungi oleh individu baik itu pecinta kopi atau hanya sekedar tempat nongkrong saja.

1.5.3 Tinjauan Sosisologis

Pada penelitian ini haruslah dilengkapi oleh teori. Teori yang digunakan peneliti adalah teori dari paradigma definisi sosial yaitu Fenomenologi yang dipelopori oleh Alfred Schutz. Disini Schutz memfokuskan perhatiannya pada suatu subjektifitas yang disebut antar subjektifitas, dimana hal tersebut mengarah pada dimensi kesadaran umum ke kesadaran khusus kelompok sosial yang saling berinteraksi. Schutz juga berpendapat bahwa pengalaman dari dunia sehari-hari yang diterima begitu saja oleh

seseorang akan menjadi dasar baginya dalam berperilaku dan bertindak. Keseluruhan peraturan, norma, konsep, tentang tingkah laku yang benar yang salah dan lain-lain, itu diterima seseorang dan menjadi apa yang disebut Schutz *stock of knowledge* (Raho, 2007: 137). Beberapa ciri-ciri dari *stock of knowledge* itu adalah:

1. Realitas yang dialami oleh orang-orang merupakan *stock of knowledge* bagi orang tersebut.
2. Keberadaan *stock of knowledge* ini memberikan ciri *taken for granted* yaitu menerima sesuatu begitu saja tanpa mempertanyakannya kepada dunia sosial.
3. *Stock of knowledge* ini dipelajari dan diperoleh individu melalui proses sosialisasi di dalam dunia sosial dan budaya dimana ia hidup.
4. Orang-orang bekerja dibawah sejumlah asumsi yang memungkinkan mereka menciptakan perasaan saling timbal balik.
5. Eksistensi dari *stock of knowledge* dan perolehanya melalui sosialisasi, dan asumsi yang memberikan aktor rasa timbal balik, semua beroperasi untuk memberikan pada aktor perasaan atau asumsi bahwa dunia ini sama untuk semua orang dan ia menyingkapkan ciri-ciri yang sama kepada semuanya.
6. Asumsi akan dunia yang sama itu memungkinkan si aktor bisa terlibat dalam proses tipifikasi yaitu berdasarkan tipe-tipe, resep-resep atau pola-pola tingkah laku yang sudah ada.

Stock of knowledge ini melatar belakangi suatu tindakan yang dilakukan seseorang, yang mana suatu tindakan seseorang akan menjadi suatu hubungan sosial jika seseorang itu memeberikan makna atau arti terhadap tindakannya dan orang lain

memahami pula tindakan tersebut sebagai suatu yang penuh arti (Ritzer,2016: 59). Untuk memahami tindakan tersebut didasari oleh motif yang menjadikan adanya dorongan secara sadar atau tidak dalam diri seseorang dalam bertindak.

Alfred Schutz membedakan motif dalam suatu tindakan agar dapat memahami sebuah tindakan tersebut, yaitu :

1. *Because motive* atau motif sebab, yaitu motif yang didasari atas pengalaman masalah seseorang. Dengan motif ini seseorang bertindak berdasarkan pada stock of knowledge yang dimilikinya.
2. *In order to motive*, yaitu motif yang menjadi tujuan dari kita bertindak. Dengan motif ini seseorang mengharapkan sesuatu yang ia inginkan dari tindakan yang dilakukan. (Craib, 1994: 134). *In order to motive* ini merupakan tujuan yang digambarkan sebagai maksud, makna, harapan, serta minat yang berorientasi ke masa depan. Artinya, tindakan yang dilakukan seseorang sekarang ini merupakan tujuan harapan untuk kehidupan dimasa yang akan datang.

Untuk menerapkan dan memahami teori ini Fenomenologi Schutz, ada empat unsur pokok dari teori ini yaitu :

1. Perhatian terhadap aktor.
2. Memusatkan perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang alamiah. Alasannya adalah bahwa tidak keseluruhan gejala kehidupan sosial mampu diamati. Karena itu perhatian harus dipusatkan pada

gejala yang penting dari tindakan manusia sehari-hari dan terhadap sikap-sikap yang wajar.

3. Memusatkan perhatian kepada masalah mikro.
4. Memperhatikan pertumbuhan, perubahan, dan proses tindakan. Berusaha memahami bagaimana keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari-hari. (Ritzer, 2016: 60-62).

Berdasarkan pada teori yang telah di jelaskan oleh Schutz dimana adanya motif sebab (*because motive*) dan motif yang menjadi tujuan (*in order to motive*). Dengan demikian pada penelitian ini setiap aktor atau individu di daerah Pangkalan Kerinci memiliki motif dalam mengunjungi coffee shop yang ada di dasarkan pada *because motive* yaitu motif yang didasari atas pengalaman masalah seseorang. Artinya peneliti akan melihat alasan aktor di daerah Pangkalan Kerinci dalam mengunjungi *coffee shop* berdasarkan pengalaman masa lalunya. *In order to motive* yaitu motif yang menjadi tujuan dalam bertindak. Tujuan yang dilakukan pada saat ini adalah tujuan untuk kehidupan dimasa yang akan datang. Artinya peneliti akan melihat tujuan aktor di daerah Pangkalan Kerinci mengunjungi *Coffee shop* yang didapatkan pada kehidupan yang akan datang.

1.5.4 Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan rujukan penelitian sebelumnya yang mendukung atau bisa dijadikan referensi sekaligus perbedaan dari penelitian ini. Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh **Mechi Ristolina Adha** (2018) dengan judul Cara-Cara Pemilik Kafe Dalam Mempertahankan Pelangga Studi Terhadap Tiga Kafe (Bengras Kopi, Alvanza Food Court dan Spass Box) di Sekitar Kampus UNAND Limau Manis, Kota Padang. Tujuan dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan cara-cara pemilik kafe (Bengras Kopi, Alvanza Food Court dan Spass Box) dalam mempertahankan pelanggan.

Hasil dari penelitian tersebut adalah dengan banyaknya bermunculan kafe-kafe baru membuat para pemilik kafe memiliki caranya sendiri dalam mempertahankan pelanggannya. (1) Bengras kopi dalam mempertahankan pelanggannya tidak menggunakan fasilitas *wifi*. Ini dilakukan manajemen Bengras kopi karena sesuai dengan tujuan bengras kopi untuk membangun hubungan sosial antara pelanggan dengan pelanggan ataupun pelanggan dengan karyawan. (2) Memperkuat citra rasa kopi yang khas cara ini juga merupakan salah satu cara Bengras Kopi dalam mempertahankan pelanggannya. Citra rasa kopi yang khas tersebut membuat pelanggan ingin datang kembali untuk menikmati kopi dari Bengras Kopi tersebut. Alvanza Food Court juga memiliki cara untuk mempertahankan pelanggan dengan cara (1) menyediakan ruang atau tempat bagi pelanggan yang datang khususnya mahasiswa Universitas Andalas yang melakukan aktivitas diluar kampus seperti kegiatan belajar, diskusi, rapat dan acara-acara non-formal. (2) mempertahankan kualitas makanan dan minuman hal ini merupakan hal yang paling penting dalam usaha mempertahankan pelanggan. Spass Box juga melakukan cara untuk mempertahankan pelanggan yaitu (1) mendesain interior dan eksterior yang menarik karena Spass Box merupakan salah

satu kafe modern yang mengikuti perkembangan zaman. (2) memberikan diskon makanan dan minuman kepada para pelanggan yang datang dengan tujuan pelanggan akan tertarik dan datang kembali untuk menikmati makanan dan minuman yang disediakan. (3) memberikan pelayanan yang ramah dan keempat mengadakan perlombaan dan event tertentu.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh **Agung Pratama** (2019) dengan judul *Motivasi Mahasiswa Mengunjungi Kedai Kopi di Bandar Lampung*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa mengunjungi kedai kopi di Bandar Lampung. Hasil dari penelitian ini adalah ada beberapa faktor yang mempengaruhi mahasiswa mengunjungi kedai kopi, yaitu kedai kopi kelas menengah menggunakan metode *manual brewing* atau penyeduhan secara manual, kedai kopi kelas premium menggunakan metode penyeduhan dengan mesin dan kedai kelas pinggiran menggunakan metode ciri khas. Pelayanan serta harga dari kedai kopi juga beragam, kedai kelas pinggiran tergolong jauh lebih murah dibandingkan dengan kelas premium maupun kelas menengah yang lebih mahal juga berpengaruh terhadap fasilitas yang diberikan. Kedai kopi pinggiran biasanya hanya menggunakan tempat duduk dan meja plastik, sedangkan kedai kopi kelas menengah dan premium dalam memberikan fasilitas dan rasa hampir sama yang membedakan hanya saja pada kedai kopi kelas menengah dapat langsung berkonsultasi dengan barista mengenai kopi dan metode yang digunakan manual. Motivasi Intrinsik dari dalam diri mahasiswa karena : (1) Memiliki rasa penasaran terhadap kedai kopi yang mereka lihat lalu mencoba untuk mengunjungi kedai kopi tersebut. (2) Rasa ingin tahu

terhadap hal baru yang belum pernah dirasakan sebelumnya yaitu ingin tahu terhadap jenis minuman kopi. (3) Untuk mencari suasana yang nyaman ketika berada di kedai kopi karena dengan terpenuhinya kenyamanan dapat menyebabkan perasaan sejahtera pada diri mahasiswa. Motivasi ekstrinsik yang berasal dari luar diri mahasiswa yang mendorong mahasiswa mengunjungi adalah (1) Aspek pergaulan memotivasi mereka berawal dari ajakan teman yang terlebih dahulu mengunjungi kedai kopi. (2) Informasi yang didapat dari media sosial memotivasi mahasiswa untuk mengunjungi kedai kopi. (3) Harga, brand dan juga kualitas kopi memotivasi mahasiswa untuk mengunjungi kedai kopi.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh **Zulian Yuliansyah** (2017) yang berjudul *Motivasi Remaja Mengunjungi Kedai Kopi Kelas Menengah di Bandar Lampung (studi pada kedai kopi CoffeePaste)*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya yang dilakukan kedai kopi kelas menengah untuk menarik peminat remaja dan untuk mengetahui faktor kognitif dan faktor afektif yang mempengaruhi konsumen remaja mengunjungi kedai kopi kelas menengah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa yang menarik minat remaja mengunjungi *coffee shop* kelas menengah adalah (1) Kedai kopi kelas menengah menyediakan berbagai jenis kopi robusta dan arabika dari berbagai daerah di Indonesia. (2) Biji kopi yang disediakan digiling pada saat sebelum penyeduhan sehingga menghasilkan bubuk kopi yang segar, bubuk kopi dapat diseduh dengan berbagai macam pilihan metode penyeduhan manual (*manual brewing*) menggunakan alat manual. (3) Kedai kopi kelas menengah juga menggunakan dekorasi yang sederhana namun rapih untuk mendukung tujuankedai

untuk memperkenalkan kopi yang serius. (4) Kedai kopi kelas menengah juga menyediakan fasilitas pendukung seperti kipas angin, musik, sumber listrik, dan lain-lain.

Faktor-faktor motivasi kognitif yang ditemukan pada konsumen remaja kedai kopi kelas menengah adalah sebagai berikut : (1) Ketetapan, dikarenakan adanya rasa penasaran dan ingin membuktikan informasi yang mereka punya dengan yang ada sebenarnya. (2) Atribusi, timbulnya keinginan pembuktian antara persepsi objek, diri sendiri, dan persepsi orang lain mengenai kedai kopi kelas menengah. (3) Pengelompokan, kriteria yang dibuat oleh remaja dianggap cocok sehingga timbul keinginan untuk mengunjungi. (4) Obyektivitas, obyek yang ada di kedai kopi kelas menengah yaitu kopi dianggap baik oleh konsumen sehingga timbul rasa percaya untuk mengunjungi. (5) Pencarian, rasa ingin tahu yang lebih tentang kopi dari konsumen mendorong motivasi untuk berkunjung. (6) Kesesuaian, apa yang mereka dapat dengan apa yang mereka bayar dianggap sesuai. (7) Manfaat, masalah yang dimiliki konsumen remaja mengenai harga, rasa, dan sebagainya pada kedai premium dapat diselesaikan di kedai *coffee paste*. Faktor-faktor motivasi afektif yang ditemukan pada konsumen remaja kedai kopi kelas menengah adalah sebagai berikut. (1) Pengurangan ketegangan, ketegangan dalam memenuhi kebutuhan mendorong motivasi remaja untuk berkunjung. (2) Menguatkan, kepuasan yang didapat oleh konsumen sebelumnya menguatkan motivasi untuk berkunjung kembali. (3) Keanggotaan, konsumen remaja yang berkunjung ke kedai kopi kelas menengah datang dengan berkelompok sehingga timbul hubungan sosial dengan kelompoknya tersebut. (4) Pembentukan Identitas

konsumen remaja yang datang ke kedai kopi kelas menengah memiliki rasa ingin mengembangkan pengetahuan kemampuan diri yaitu pengetahuan dan kemampuan yang berkaitan dengan kopi.

UNIVERSITAS ANDALAS
Tabel 1. 2
Perbandingan Penelitian Relevan

No	Nama/Tahun	Judul	Perbedaan
1	Meci Ristolina Adha , Universitas Andalas, 2018.	Cara-Cara Pemilik Kafe Dalam Mempertahankan Pelangga Studi Terhadap Tiga Kafe (Bengras Kopi, Alvanza Food Court dan Spass Box) di Sekitar Kampus UNAND Limau Manis, Kota Padang	Fokus pembahasan pada cara-cara pemilik kafe (Bengras Kopi, Alvanza Food Court dan Spass Box) dalam mempertahankan pelanggan .
2	Agung Pratama , Universitas Lampung, 2019.	Motivasi Mahasiswa Mengunjungi Kedai Kopi di Bandar Lampung	Fokus pembahasan pada faktor yang memotivasi (motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik) mahasiswa mengunjungi kedai kopi di Bandar Lampung (kedai kopi pinggiran, kedai kopi kelas menengah, kedai kopi kelas premium).
3	Zulian Yuliansyah , Universitas Negeri Malang, 2019.	Motivasi Remaja Mengunjungi Kedai Kopi Kelas Menengah di Bandar Lampung (studi pada kedai kopi Coffee Paste).	Fokus pembahasan pada upaya yang dilakukan kedai kopi kelas menengah untuk menarik peminat remaja dan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi berdasarkan motivasi kognitif (motif yang dilakukan secara rasional) dan motivasi afektif (motifasi berdasarkan kriteria pribadi atau emosi).

4	Masliana Yani, Universitas Andals, 2020.	Motif Masyarakat Mengunjungi <i>Coffee Shop</i> di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi	Fokus pembahasan pada <i>because motive</i> (motif sebab) dan <i>in order to</i> <i>motive</i> (motif yang akan dicapai) aktor pada saat mengunjungi <i>coffee shop</i> .
---	---	---	--

Sumber: Analisis Peneliti, 2020.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif digunakan sebagai prosedur penelitian menghasilkan data deskriptif berupa tulisan sehingga dapat memberikan penekanan pada proses dan makna yang dikaji secara ketat, artinya belum diukur dari sisi kuantitas, jumlah atau frekuensinya. Sedangkan menurut Moleong (2004:6) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan lain secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.. Menurut Afrizal (2014: 13) pendekatan kualitatif adalah pendekatan penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka.

Menurut Afrizal (2014:17) alasan dari penggunaan pendekatan kualitatif adalah karena memang diperlukan kata-kata dan perbuatan manusia dianalisis untuk mencapai

tujuan penelitian. Dengan demikian penggunaan pendekatan kualitatif dipilih karena lebih mampu dalam menemukan definisi situasi dan gejala sosial dari subjek, perilaku, motif-motif subjek, perasaan dan emosi orang yang diamati, yang merupakan definisi situasi subjek yang diteliti, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan dimana yang diteliti adalah motif yang mendorong masyarakat mengunjungi coffee shop di daerah pangkalan kerinci.

Untuk tipe penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif. Sugiyono (2005: 21) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Penggunaan tipe penelitian ini memberikan peluang bagi peneliti dalam mengumpulkan data-data yang bersumber dari wawancara, catatan lapangan, foto-foto, dokumen pribadi dan dokumen resmi guna menggambarkan subjek penelitian (Moleong, 1998: 6). Dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif, peneliti melihat, mendengar, dan mengamati langsung bagaimana motif masyarakat mengunjungi *coffee shop* di Pangkalan Kerinci. Kemudian peneliti mencatat selengkap dan seobjektif mungkin mengenai fakta dan pengalaman yang dialami dan dilihat, serta penulis mendeskripsikan secara keseluruhan data yang didapat dari lapangan.

1.6.2 Data Yang Diambil

Pada penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan umumnya berupa kata-kata (tertulis maupun lisan) dan perbuatan-perbuatan manusia, tanpa adanya upaya untuk

mengungkapkan data yang telah diperoleh (Afrizal,2014:17). Dalam penelitian kualitatif terdapat dua sumber data (Sugiyono, 2017:104) yaitu :

1. Data Primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang akan diperoleh berupa informasi-informasi dari informan Seperti hasil wawancara yang dilakukan dalam penelitian. Data yang diperoleh peneliti berupa informasi-informasi dari informan mengenai *because motive* dan *in order to motive* aktor mengunjungi *coffee shop* di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.
2. Data Sekunder, yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Data sekunder juga diperoleh melalui studi kepustakaan, yaitu mempelajari bahan-bahan tertulis, buku, skripsi, jurnal, foto-foto dan bahan statistik yang mempunyai relevansi dengan permasalahan penelitian. Adapun data Sekunder yang didapat pada penelitian ini adalah gambaran umum Pangkalan Kerinci dokumentasi-dokumentasi *coffee shop* yang tersedia.

1.6.3 Teknik Dan Proses Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, peneliti akan menganalisis kata-kata yang menyatakan pendapat, pengalaman, alasan, perbuatan atau interpretasi terhadap kejadian-kejadian yang

berkaitan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam yaitu seseorang peneliti tidak melakukan wawancara berdasarkan sejumlah pertanyaan yang telah disusun dengan mendetail alternatif jawaban yang telah dibuat sebelum melakukan wawancara, melainkan berdasarkan pertanyaan yang umum yang kemudian didetailkan dan dikembangkan ketika melakukan wawancara berikutnya. Mungkin ada sejumlah pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelum melakukan wawancara (sering disebut pedoman wawancara), tetapi pertanyaan-pertanyaan tersebut tidak terperinci dan berbentuk pertanyaan terbuka (tidak ada alternatif jawaban). Hal ini berarti wawancara dalam penelitian kualitatif dilakukan seperti dua orang yang sedang bercakap-cakap tentang sesuatu (Afrizal, 2014:21).

Wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dan seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara tak berstruktur bersifat luwes, susunan pertanyaan dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, sesuai dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara (Mulyana, 2004:180-181). Wawancara mendalam bersifat terbuka. Pelaksanaan wawancara mendalam tidak hanya sekali atau dua kali, melainkan berulang-ulang dengan intensitas yang tinggi. Peneliti tidak boleh cepat puas dengan informasi yang diberikan informan, sehingga peneliti perlu mengecek dan

mengklarifikasi atas informasi yang diberikan oleh informan (Bungin, 2001:100).

Wawancara mendalam dilakukan karena peneliti ingin memberikan kesempatan kepada informan untuk bercerita atau memberikan informasi mengenai motif aktor di Pangkalan Kerinci mengunjungi *coffee shop*, hingga informasi yang diperoleh dan dapat diidentifikasi atau sudah menunjukkan sesuatu yang ingin diketahui secara akurat dan teruji kebenarannya. Instrumen penelitian yang diperlukan adalah buku catatan lapangan, alat rekam serta pedoman wawancara yang sebelumnya disiapkan atas arahan dari dosen pembimbing.

Sebelum melakukan wawancara, peneliti terlebih dulu membuat pedoman wawancara dan mendiskusikannya dengan dosen pembimbing. Pedoman wawancara selesai dibuat pada bulan September 2020, tahap selanjutnya adalah turun lapangan dengan melakukan wawancara, namun tahap ini sempat terhenti beberapa bulan karena pandemi covid-19. Melihat kondisi covid-19 yang tak kunjung usai, akhirnya peneliti memutuskan untuk melakukan wawancara secara online via *WhatsApp* dimulai pada bulan Oktober, rata-rata wawancara berlangsung selama 60 menit.

Pertanyaan yang diajukan dalam wawancara berdasarkan pedoman wawancara dan dikembangkan pada saat wawancara dilakukan, peneliti juga merekam dan membuat catatan lapangan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, peneliti memperoleh informasi mengenai motif aktor mengunjungi *coffee shop* di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau.

2. Observasi

Observasi digunakan sebagai salah satu metode utama selain wawancara mendalam untuk mengumpulkan data. Teknik Observasi adalah pengamatan langsung pada objek yang diteliti menggunakan panca indra. Dengan observasi ini kita dapat melihat dan mendengarkan apa yang terjadi. Teknik observasi bertujuan untuk mendapatkan data yang nantinya dapat menjelaskan dan menjawab permasalahan penelitian. Data observasi merupakan data faktual, cermat, dan terperinci tentang keadaan lapangan. Penelitian ini menggunakan jenis observasi tidak terlibat yaitu peneliti menyampaikan maksud dan tujuan pada kelompok yang diteliti (Ritzer, 1992:74).

Untuk melakukan observasi pada penelitian ini penelitian turun langsung ke lapangan untuk mengamati lokasi penelitian dan mengambil beberapa data pendukung. Observasi yang peneliti lakukan adalah mengamati dan menghitung jumlah *coffee shop* yang ada di Pangkalan Kerinci. Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diambil adalah panca indera.

1.6.4 Informan Penelitian

Untuk mendapatkan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, maka diperlukan informan. Menurut Afrizal (2014:139) informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam. Kata informan harus dibedakan dari kata responden. Informan adalah orang-orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain tahu suatu kejadian, sedangkan responden adalah orang-orang yang hanya menjawab pertanyaan-pertanyaan

pewawancara bukan memberikan informasi atau keterangan. Informan merupakan subjek penelitian, ada dua kategori informan yaitu :

1. Informan Pelaku, yaitu informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya. Mereka adalah subjek dari penelitian itu sendiri. Yang menjadi informan pelaku dalam penelitian ini adalah aktor atau individu yang mengunjungi *coffee shop*.
2. Informan Pengamat, yaitu informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada penulis. Informan kategori ini dapat orang yang tidak diteliti dengan kata lain orang lain yang mengetahui orang yang kita teliti atau agen kejadian yang diteliti. Mereka disebut sebagai saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Informan pengamat dalam penelitian ini adalah karyawan, para pemilik ataupun manager *coffee shop* di Pangkalan Kerinci.

Untuk mendapatkan data penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yakni dengan cara mencari informan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti sebelum melakukan penelitian. Menurut Afrizal (2014: 140) peneliti telah mengetahui identitas orang-orang yang dijadikan informan penelitiannya sebelum penelitian dilakukan. Kegunaan teknik ini sebagai mekanisme disengaja yang berarti sebelum melakukan penelitian para peneliti menetapkan kriteria tertentu yang mesti dipenuhi oleh orang yang dijadikan sumber informasi. Selain itu penulis dapat mempedomani pencarian informan penelitian berdasarkan kriteria pencarian di atas. Penelitian kualitatif bukan terhadap jumlah informan yang diwawancarai, melainkan

terhadap kualitas data yang telah di kumpulkan, dalam hal ini validasi data (data yang dikumpulkan benar-benar menggambarkan atau menunjukkan sesuatu yang ingin diketahui), adapun maksud dari kriteria tertentu yang telah peneliti tetapkan berguna untuk memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun informan penelitian dan penetapan kriteria-kriteria informan tersebut antara lain:

1. Aktor yang bertempat tinggal di Pangkalan Kerinci yang mengunjungi *coffee shop*.
2. Aktor yang mengunjungi *coffee shop* minimal 3 kali dalam seminggu.
3. Pemilik dan karyawan *coffee shop* yang ada di Pangkalan Kerinci.

Tabel 1.3
Informan Penelitian

No	Nama	Pekerjaan	Kategori Informan
1	Abi	Pengusaha	Pelaku
2	Wahyu	Polisi	Pelaku
3	Akbar	Pelajar	Pelaku
4	Risna	Pelajar/jurnalis	Pelaku
5	Indah	Mahasiswa	Pelaku
6	Rara	Ibu Rumah Tangga	Pelaku
7	Fauzi	Karyawan Swasta	Pelaku
8	Khoirroby	Karyawan Swasta	Pelaku
9	May	Pegawai Toko	Pelaku
10	Raffa	Pelajar	Pelaku
11	Hanapi	Tukang Kopi	Pengamat
12	Dicky	Barista/owner	Pengamat

1.6.5 Unit Analisis

Unit analisis dalam suatu penelitian berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan atau dengan pengertian lain objek yang diteliti ditentukan dengan kriteria sesuai dengan permasalahan atau tujuan penelitian. Unit analisis juga

berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang di lakukan atau menentukan kriteria dari objek yang diteliti dari permasalahan dan tujuan penelitian. Unit analisis dapat berupa individu, masyarakat, lembaga (keluarga, perusahaan, organisasi, negara dan komunitas). Oleh karena itu, dari unit analisis itulah data diperoleh, dalam arti kepada siapa atau apa, tentang apa proses pengumpulan data diarahkan. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu yang mengunjungi coffee shop di Pangkalan Kerinci mulai dari jenis kelamin laki-laki dan jenis kelamin wanita dengan segala profesinya.

1.6.6 Analisis Data

Analisis data penelitian kualitatif adalah suatu proses yang sistematis untuk menentukan bagian-bagian dan saling keterkaitan antara bagian-bagian dan keseluruhan dari data yang telah dikumpulkan untuk menghasilkan klasifikasi atau tipologi. Aktivitas peneliti dalam proses analisis adalah menentukan data penting, menginterpretasikan, mengelompokkan ke dalam kelompok-kelompok tertentu dan mencari hubungan antara kelompok- kelompok (Afrizal, 2014: 175- 176).

Pada penelitian ini analisis data yang dilakukan adalah analisis data Miles dan Huberman. Secara garis besar, Miles dan Huberman membagi analisis data dalam penelitian kualitatif ke dalam tiga tahap yaitu, kodifikasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Dalam Afrizal (2014 : 178- 180) disajikan secara mendetail ketiga tahap tersebut dan akan dijelaskan pula cara-cara melakukan setiap tahapannya yakni sebagai berikut:

1. Tahap kodifikasi data, tahap ini adalah tahap pengkodean terhadap data. Hal yang mereka maksud dengan pengkodean data adalah peneliti memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian. Hasil kegiatan tahap pertama adalah diperolehnya tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian. Tema-tema atau klasifikasi itu telah mengalami penamaan oleh peneliti. Cara melakukannya adalah peneliti harus menulis ulang catatan-catatan lapangan yang mereka buat, setelah itu peneliti memilih informasi yang penting dan tidak penting tentunya dengan memberikan tanda-tanda.
2. Tahap penyajian, data tahap ini adalah sebuah tahap lanjutan analisis untuk menyajikan temuan berupa kategori atau pengelompokkan. Miles dan Huberman menganjurkan menggunakan matrik dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian lebih efektif.
3. Tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi, tahap ini adalah suatu tahap lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Ini adalah interpretasi atas temuan suatu wawancara atau sebuah dokumen. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek lagi kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses koding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang telah dilakukan.

Analisis data dilakukan mulai dari awal sampai akhir penelitian dimana data sudah dapat dikatakan jenuh. Data yang dianalisis berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam yang telah dielaborasi ke dalam catatan lapangan sebagai bahan mentah untuk melakukan analisis. Data yang dikumpulkan dari lapangan diklasifikasikan

secara sistematis dan dianalisis menurut kemampuan interpretasi penulis dengan dukungan data primer dan data sekunder yang ada berdasarkan kajian teoritis yang relevan. Analisis dilakukan mulai dari melakukan penamaan terhadap bagian yang diklasifikasikan. Setelah itu, penamaan tersebut dijelaskan dan disajikan secara rinci. Untuk yang terakhir, peneliti kemudian menarik kesimpulan dari hasil analisis tersebut.

1.6.7 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dapat diartikan sebagai *setting* atau konteks sebuah penelitian. Tempat tersebut tidak selalu mengacu pada wilayah, tetapi juga pada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2014:128). Dalam penelitian ini lokasi penelitiannya adalah *coffee shop* di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. Pemilihan lokasi ini dikarenakan banyak bermunculan *coffee shop* yang menarik perhatian banyak orang di Pangkalan Kerinci. *Coffee shop* tersebut ramai dikunjungi tidak hanya oleh pecinta kopi namaun banyak kalangan yang mulai menjadikan *coffee shop* sebagai tempat yang wajib dikunjungi baik itu hanya sekedar nongkrong atau sebagai tempat melakukan suatu kegiatan. *Coffee shop* di Pangkalan Kerinci menawarkan bermacam-macam jenis minuman, namun yang akan menjadi lokasi penelitian adalah *coffee shop* yang menyediakan menu spesifik kopi, dari banyaknya *coffee shop* yang ada yang menjadi tempat penelitian ada dua *coffee shop* yaitu kedai kopi wak lasak dan om keling coffee. Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisisnya adalah individu yang mengunjungi *coffee shop* di Pangkalan Kerinci dengan demikian lokasi penelitian dilakukan di daerah tersebut.

1.6.8 Definisi Konsep

1. Motif adalah suatu dorongan yang ada dalam diri seseorang yang menghubungkan antara motivasi dengan apa yang dimotivasikan.
2. Aktor adalah biasa disebut juga sebagai orang yang ikut andil dalam sesuatu kejadian yang penting.
3. Mengunjungi adalah mendatangi atau menjumpai (menengok, melawat, dan sebagainya).
4. *Coffee shop* adalah tempat yang menyediakan berbagai macam olahan minuman jenis kopi yang dibuat dengan teknik berbagai macam jenisnya, ada yang menggunakan alat *manual brew* seperti *presso*, *drip*, *v60*, *French press*, dimana kopi disajikan tidak dengan ampasnya. Dan terkadang ada juga yang menggunakan mesin kopi otomatis, tentu dengan ketepatan pembuatan karena terdapat ukuran yang pas. (Santoso, 2017 Vol.VI/No.1: 13).

1.6.9 Jadwal Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian agar berjalan dengan efektif dan efisien, maka dibuat jadwal penelitian sebagai pedoman untuk mencapai tujuan dari penelitian. Adapun jadwal penelitian sebagai pedoman pelaksanaan dalam menulis karya ilmiah (skripsi) sesuai dengan tabel di bawah ini:



UNIVERSITAS ANDALAS

**Tabel 1. 4
Jadwal Penelitian**

No	Nama Kegiatan	2020			2021			
		Mei	Okt - Nov	Des	Jan - Mar	Apr - Jun	Jul - Sep	Okt
1	Seminar Proposal							
2	Penelitian Lapangan							
3	Analisis Data							
4	Penulisan dan Bimbingan Skripsi							
5	Ujian Skripsi							

UNTUK

KEDJAJAAN

BANGSA