

Upaya Dongeng Kopi Jogja Dalam Menanggapi Maraknya Industri Kopi dan Penikmat Kopi di Yogyakarta

Oleh : Adhy Kurniawan dan V. Indah Sri Pinasti

E-mail : adhy.kurniawan15@gmail.com

Pendidikan Sosiologi – Fakultas Ilmu Sosial – Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

Pilihan rasional memiliki peran sebagai bentuk upaya-upaya dan eksistensi Dongeng Kopi Jogja dalam menyikapi semakin banyaknya industri kopi dan semakin banyaknya penikmat kopi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Mengetahui eksistensi Dongeng Kopi Jogja dalam maraknya industri kopi dan penikmat kopi di Yogyakarta (2) Untuk mengetahui upaya Dongeng Kopi Jogja menyikapi maraknya industri kopi dan penikmat kopi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilik Dongeng Kopi Jogja dan perseta yang mengikuti kelas seduh manual. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi data. Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif milik Miles dan Huberman, yaitu dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Perkembangan industri dan penikmat kopi yaitu : (a) Pasca film filosofi kopi perkembangan industri semakin meningkat secara signifikan. (b) Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang sehingga memilih menjadi barista. (2) Eksistensi Dongeng Kopi Jogja dalam maraknya industri dan penikmat kopi di Yogyakarta yaitu : (a) Pasar *coffee shop* secara umum berkembang pesat seiring dengan padatnya persaingan kedai kopi yang ada di Yogyakarta sehingga di respon dengan program-program yang selalu diagendakan dan Dongeng Kopi Jogja menjaga eksistensinya dengan media sosial dan menggunakan pilihan rasional untuk menjaga eksistensinya (b) Hambatan yang dialami dengan adanya para investor-investor yang datang ke Yogyakarta. (3) Upaya yang dilakukan Dongeng Kopi Jogja dengan mengambil keputusan rasional dengan inovasi-inovasi yang berbeda dengan kedai kopi yang lainnya. Dengan mengagendakan program-program yang mendukung para pelanggan untuk mengetahui pengetahuan tentang kopi dan menambah sumber daya barista dengan kelas seduh manualnya.

Kata kunci: *Pilihan rasional, upaya, eksistensi, Dongeng Kopi Jogja*

Efforts Dongeng Kopi Jogja in response to the rise of the coffee industry and Coffee Connoisseur in Yogyakarta

By: Adhy Kurniawan and V. Indah Sri Pinasti

Email: adhy.kurniawan15@gmail.com

Sociology Education – Social Science Faculty – Yogyakarta State University

ABSTRACT

Rational choice has a role as a form of efforts and existence of Dongeng Kopi Jogja in facing the growing number of coffee industry and the growing number of coffee connoisseur. This research aims to know the: (1) find out the existence of Dongeng Kopi Jogja in rampant industrial coffee and coffee connoisseur in Yogyakarta (2) to know the efforts of Dongeng Kopi Jogja addressing the rise of the coffee industry and coffee connoisseur. This study uses qualitative methods are purely descriptive. Informants in this study were selected using a purposive sampling technique, the owners of Dongeng Kopi Jogja and sat on the following class seduh manual. Data gathering technique done by observation, interviews, and documentation study. The validity of the data in the study done by the technique of triangulation of the data. While the techniques of data analysis in this study uses the interactive model belonging to Miles and Huberman, from data collection, data reduction, the presentation of data, up to the withdrawal of the conclusion or verification. The results showed that: (1) development of the industry and coffee connoisseur, namely: (a) the post-war film industry increasingly filosofi kopi increases significantly. (b) there are factors that affect a person so choose become a barista. (2) the existence of Dongeng Kopi Jogja in increasing industry and coffee connoisseur in Yogyakarta, namely: (a) Market coffee shop is generally booming along with the compact competition coffee shops in Yogyakarta so in response with programs that always agenda and Dongeng Kopi Jogja keep its existence with social media and use the rational choice to keep its existence (b) Barriers experienced by the existing investors – investors come to Yogyakarta. (3) efforts made a rational decision with Dongeng Kopi Jogja innovations that is different from other coffee shops. With scheduled programs which support the customers to know your knowledge about coffee and adds the resources class seduh manual.

Keywords: rational choice, effort, existence, Dongeng Kopi Jogja

A. PENDAHULUAN

Kopi memiliki perjalanan yang panjang, mulai dari penanaman hingga menjadi hidangan yang siap untuk dinikmati. Kebiasaan meminum kopi lekat dengan kehidupan manusia sejak berabad-abad yang lalu. Minum kopi mendadak tergeser menjadi pengalaman minum kopi yang dikaitkan dengan kehidupan sosial. Kedai kopi dan kafe merebak menjadi bisnis yang besar-besaran. *Coffee shop* menjamuri kota-kota besar. Minum kopi menjelma gaya hidup yang sangat penting di kehidupan bermasyarakat. Zaman dan tradisi pun telah berubah, para kaum muda mulai gemar minum kopi sebagai media pergaulan. Fenomena ini terlihat dari dinamika pertumbuhan *coffee shop* yang semakin banyak di berbagai tempat seperti kota, desa, mall, kampus, dan berbagai tempat-tempat hiburan yang mempunyai fasilitas wifi, musik dan menarik bagi pengunjungnya (Mulyanto : 2012). Setiap orang mempunyai cara yang berbeda untuk menikmati kopi. Cara tersebut dapat dengan memilih *coffee shop* yang bagus dan pelayanan yang mewah,

dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di *coffee shop* yang bagus dan mewah hanya untuk menikmati menu-menu makanan dan minuman yang di pesan. Disamping itu ada pula yang memilih cara menikmati kopi di warung kopi biasa dengan harga yang relatif murah tetapi memberikan kepuasan rasa kopi yang dinikmatinya. Banyak orang yang beranggapan, daripada minum kopi di tempat yang mahal dengan pelayanan yang baik namun biasa dalam hal rasa, tetapi lebih baik menikmati kopi di warung bisa yang memberikan kenikmatan rasa sesuai dengan yang diinginkan.

Merebaknya *coffee shop* dan kafe-kafe, juga menunjukkan semakin banyaknya penikmat kopi yang berada selama ini, sehingga membuat lahan dalam berbisnis kafe atau *coffee shop* sangat menjanjikan dan menguntungkan. Banyaknya para investor-investor dari luar Yogyakarta yang membuka atau membangun *coffee shop* di Yogyakarta. Perkembangan *coffee shop* ini pun membuat kebutuhan akan peracik kopi semakin dicari dan dibutuhkan

untuk memenuhi slot-slot coffee shop ataupun kafe yang sedang membutuhkan jasa seorang pengeracik kopi dikarenakan semakin banyaknya penikmat kopi. Di kota Yogyakarta sekarang sudah banyak coffee shop-coffee shop yang telah berdiri hingga saat ini, salah satunya adalah Dongeng Kopi Jogja (DKJ). Dongeng Kopi Jogja merupakan sebuah coffee shop yang merangkul komunitas-komunitas dan menggayomi banyak orang-orang yang sekedar ingin meminum kopi, diskusi dan masih banyak lagi. Peran Dongeng Kopi Jogja dalam menyikapi permasalahan semakin banyaknya penikmat kopi dan coffee shop sekarang ini dengan menipisnya sumber daya manusianya (SDM) yang kurang memiliki skill, ketrampilan dan edukasi tentang kopi.

Dongeng Kopi Jogja menyiapkan kebutuhan akan kurangnya SDM (sumber daya manusia) seorang pengeracik kopi untuk mengisi slot-slot pekerjaan di *coffee shop* atau kafe yang membutuhkan barista karena barista merupakan sebuah pekerjaan yang unik, karena kemampuannya meracik kopi,

namun barista memiliki peran tidak hanya sekedar membuat dan menyajikan kopi. Barista memiliki peran dalam menciptakan suasana dan ciri khas sebuah coffee shop atau kafe. Dengan kata lain barista menciptakan *culture* sebuah *coffee shop*. Semakin maraknya industri kopi yang berkembang diiringi dengan semakin banyaknya penikmat kopi membuat Dongeng Kopi Jogja harus tetap memiliki ciri khas agar terus eksis dan bertahan serta tentu ada upaya yang dilakukan agar mampu menghadapi maraknya perkembangan industri dan penikmat kopi khususnya di Yogyakarta. Ini menjadi hal yang menarik untuk diteliti secara lebih lanjut.

Berdasarkan Berdasar latar belakang yang telah dikemukakan di atas, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam terkait “Upaya Dongeng Kopi Jogja Dalam Menanggapi Maraknya Industri Kopi dan Penikmat Kopi di Yogyakarta”

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Barista dan Perkembangan *Coffee Shop*

Coffee shop merupakan salah satu pilihan tempat untuk

menikmati kopi dengan sajian kopi yang lebih lengkap selain kafe-kafe yang ada di kota Yogyakarta. *Coffee shop* juga menawarkan pelayanan yang menarik dari barista selain menawarkan kualitas kopi yang di sajikan. Kata barista berasal dari Bahasa Itali yang mempunyai arti orang yang bekerja dibelakang meja. Menurut Edy Panggabean barista dapat diartikan kedalam Bahasa Indonesia menjadi peracik kopi atau orang yang mahir meracik kopi dan mengetahui ilmu perkopian (Edy Panggabean, 2012). Seorang barista wajib mempunyai pengetahuan semua hal yang berhubungan dengan kopi. Mulai jenis kopi, mutu kopi, karakter kopi hingga bagaimana cara menyajikan kopi yang nikmat. Selain seni

meracik kopi, barista juga dituntut memiliki pengetahuan tentang minum lain sebagai bahan campuran dalam menyajikan menu-menu berbasis kopi.

Kualitas pelayanan barista menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan *coffee shop* supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut *coffee shop* dan barista itu sendiri untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan (*coffee shop*) dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (Lupiyodi, 2006).

Sehingga peran barista disini sangatlah dibutuhkan untuk mendongkrak *coffee shop* untuk bertahan dalam usahanya dan mendapatkan kepercayaan terus oleh para pelanggannya.

2. Peranan

Secara etimologi (bahasa) peranan berasal dari kata peran yang berarti sesuatu yang menjadi bagian atau yang memegang pimpinan, terutama dalam terjadinya suatu peristiwa (Porwadarminta, 1991). Secara terminologi, menurut Soerjono Soekanto memberi batasan bahwa peranan adalah melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya (status) (Soerjono Soekanto). Sedangkan menurut Gross, Mason, dan Me Eachern seperti yang dikutip oleh David Barry mendefinisikan peranan sebagai seperangkat harapan-harapan yang dikenakan pada individu yang menduduki kedudukan individu tertentu (David Barry, 1995). Dalam ilmu antropologi dan ilmu sosial lainnya peranan diberi arti yang lebih khusus

yaitu peranan yang khas yang dipentaskan atau ditindakan oleh individu dalam kedudukan-kedudukan dimana ia berhadapan dengan individu-individu dalam kedudukan-kedudukan yang lain (Koentjaraningrat, 1990).

3. Dongeng Kopi Jogja

Dongeng Kopi Jogja (DKJ) merupakan sebuah *coffee shop* yang merangkul komunitas-komunitas dan menggayomi banyak orang-orang yang sekedar ingin meminum kopi, diskusi dan masih banyak lagi. Beralamatkan di Jl. Wahid Hasyim No. 3, Depok, Condongcatur, Sleman. Bukan hanya fokus pada aktivitas kopi, Dongeng Kopi Jogja (DKJ) merupakan tempat seluas 500 m² juga diniatkan sebagai ruang edukasi dan interaksi berbagai komunitas yang berada di Yogyakarta (www.dongengkopi.id).

Dongeng Kopi Jogja pada pokok pelaksanaannya yaitu sebagai tempat nongkrong seperti *coffee shop - coffee shop* pada umumnya. “ Dongeng Kopi Jogja, semula hanyalah akun twitter bernama @dongengkopi Sejak Oktobert 2012@dongengkopi menyajikan cerita tentang kopi dan kejadian yang menyertainya. Setiap cerita yang menguap bersama secangkir kopi yang terhidang dikicaukan melalui akun ini ” (Tentang Dongeng Kopi, 2017). Sejak pertama kali, banyak orang menuliskan kegiatan dan pengalaman ngopi mereka, termasuk puisi dan beberapa foto aktivitas ngopi. Seiring berjalannya waktu, beberapa masyarakat atau orang-orang mengusulkan untuk membuat wadah kopi darat. Sehingga perjalanan

Dongeng Kopi Jogja menjelma dari kopi maya ke kopi darat. Butuh waktu dua tahun untuk usulan tersebut terealisasi. Tahun 2014, di Jogjakarta pada bulan Agustus Dongeng Kopi Jogja resmi berdiri, sebuah warung kopi komunitas yang menghimpun banyak orang, bukan hanya fokus pada aktivitas kopi, tapi juga diniatkan sebagai ruang edukasi dan interaksi komunitas di Jogja dan Indonesia.

Dongeng Kopi Jogja memiliki visi untuk berbagi pengetahuan soal kopi kepada khalayak banyak. Menyajikan kopi dari hulu hingga ke hilir merupakan konsep yang diusung. Oleh sebab itu tidak mengherankan bila di Dongeng Kopi Jogja tersedia berbagai perangkat atau perlengkapan yang cukup lengkap untuk mendukung penjelasan proses kopi dari *bean to cup*. Semua kopi yang disajikan, terjamin kesegarannya.

4. Eksistensi

Secara etimologi, eksistensi berasal dari bahasa Inggris, yaitu *excitense*; dari bahasa Latin *existere* yang berarti muncul, ada, timbul, memilih keberadaan aktual. Dari kata *ex* berarti keluar dan *sistere* yang berarti muncul atau timbul. Beberapa pengertian secara terminologi, yaitu pertama, apa yang ada, kedua apa yang memiliki aktualitas (ada), dan ketiga adalah sesuatu (apa saja) yang di dalam menekankan bahwa sesuatu itu ada.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Sedangkan menurut Abidin Zaenal (2007) eksistensi adalah:

“Eksistensi manusia adalah suatu proses yang dinamis, suatu, “menjadi” atau

“mengada”. Ini sesuai dengan kata asal eksistensi itu sendiri yakni *existere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya. Oleh sebab itu, arti istilah eksistensi analog dengan “kata kerja” bukan “kata benda”.

Manusia dalam dunianya berperan aktif menentukan hakikat keberadaan dirinya di dunia dan mendorong dirinya untuk selalu beraktifitas sesuai dengan pilihannya sendiri. Dengan segala peristiwa kesibukannya, maka manusia dapat menemukan arti keberadaannya.

5. Teori Pilihan Rasional

Mempertahankan prinsip dalam hidup dan mengembangkan diri dengan

berbagai pilihan-pilihan untuk mencapai tujuan yang kita inginkan memang tidak mudah tanpa adanya iming-iming yang lainnya. Tampak jelas dalam gagasan dasar bahwa “tindakan perseorangan mengarah kepada sesuatu tujuan dan tujuan itu ditentukan oleh nilai atau pilihan” (George Ritzer & Douglas J. Goodman, 2004). Pemahaman mengenai suatu pilihan yang dilakukan oleh individu perhatian terhadap bagaimana individu tersebut memilih suatu pilihan yang ada dengan mempertimbangkan apa yang akan individu tersebut dapatkan nantinya. Coleman menyimpulkan bahwa aktor memilih suatu tindakan yang dapat memaksimalkan tujuan yang diinginkan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Teori pilihan rasional memiliki dua unsur utama yaitu aktor dan sumberdaya. Sumberdaya sendiri merupakan sesuatu yang menarik perhatian dan dapat dikontrol oleh aktor. Coleman menjelaskan interaksi antara aktor dan sumber daya secara rinci menuju ke tingkat sistem

sosial. Yang mendasar dalam sebuah sistem sosial tindakan adalah dua orang aktor, yang masing-masing mengendalikan sebuah sumber daya yang menarik perhatian pihak yang lain juga. Perhatian antara satu orang terhadap sumber daya yang dikendalikan orang lain itulah yang menyebabkan keduanya terlibat dalam tindakan dan saling membutuhkan dan terwujud dalam kepentingan. Sebagai aktor yang memiliki tujuan, masing-masing bertujuan untuk memaksimalkan perwujudan kepentingannya. Teori pilihan rasional juga menjelaskan bahwa perilaku seseorang dapat dijelaskan dalam istilah perhitungan rasional yang dilakukan individu dalam berbagai pilihan yang tersedia bagi mereka. Ini adalah logika dasar teori ekonomi kapitalis, yang menjabarkan apa yang terjadi ketika dengan sumber daya yang terbatas ditempatkan dalam suatu pasar ekonomi.

C. METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dongeng Kopi Jogja beralamatkan di Jl. Wahid Hasyim No. 3, Depok, Condongcatur, Sleman. Bukan hanya fokus pada aktivitas kopi, Dongeng Kopi Jogja (DKJ) merupakan tempat seluas 500 m². Alasan pemilihan tempat tersebut dengan pertimbangan bahwa penulis ingin melihat sendiri bagaimana aktifitas Dongeng Kopi Jogja dalam melaksanakan perannya dalam upaya menanggapi maraknya industri dan penikmat kopi di Yogyakarta.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan dari bulan Januari sampai dengan bulan Maret hingga ditemukan jawaban terkait upaya Dongeng Kopi Jogja dalam menanggapi merebaknya industri dan penikmat kopi di Yogyakarta.

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan seseorang atau sesuatu yang mengenainya dapat diperoleh keterangan. Jadi yang dimaksud dengan subjek penelitian adalah sesuatu yang mengenainya yang

dapat diperoleh data yang dipermasalahkan. Subjek penelitian yang dipilih dalam penelitian beberapa informan sebagai objek penelitian yaitu pemilik dan para member yang mengikuti ataupun alumni kelas seduh di Dongeng Kopi Jogja sehingga informasi yang didapatkan bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya dalam penelitian.

Cara penentuan subjek yang diambil dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik sampling yang digunakan oleh peneliti jika peneliti memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampelnya. Pengambilan data informan ini memilih para alumni-alumni kelas seduh manual yang diagendakan Dongeng Kopi Jogja.

4. Teknik Pengumpulan Data

Setiap kegiatan penelitian membutuhkan objek atau sasaran baik dalam jumlah yang besar maupun yang kecil. Dalam suatu survey penelitian, tidak harus semua yang diteliti. Menurut Lofland (Moleong, 2002) sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selain itu untuk memperkuat kata-kata tersebut dibutuhkan data tambahan seperti dokumentasi dan lain sebagainya.

Teknik pengumpulan data yang utama dalam penelitian kualitatif ada 3 macam, yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan pendapat para ahli, dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah :

a. Observasi

Observasi atau pengamatan didasarkan atas pengalaman secara langsung. Melalui pengamatan memungkinkan melihat dan mengamati sendiri lalu mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya. Dengan menggunakan pengamatan, peneliti mampu mengoptimalkan kemampuan peneliti baik dari motif, kepercayaan, perhatian, kebiasaan, dan sebagainya.

b. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas

pertanyaan itu (Moleong, 2006:186).

c. Analisis Dokumen

Guba dan Lincoln (Moleong, 2006) mendefinisikan record sebagai setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa. Dokumen sebagai setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari record, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik.

5. Teknik Validitas Data

Penelitian ini menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2006). Adapun

triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi dengan sumber, yang berarti membandingkan dan mengecek derajat balik kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Moleong, 2007).

Triangulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan suatu data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan.

6. Teknik Analisis Data

Menurut Patton (Moleong, 2006) analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Analisis data merupakan proses merinci usaha

secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha memberikan bantuan pada tema dan hipotesis kerja itu. Pada dasarnya analisis data merupakan upaya untuk mengorganisasikan data atas banyaknya data yang diperoleh dari catatan lapangan, dokumen, maupun hasil wawancara yang dilakukan pada informan. Beberapa tahapan model analisis interaktif Miles dan Huberman yaitu, (a.)Pengumpulan Data, (b)Reduksi Data, (c)Penyajian Data, (d) Penarikan Data.

D. HASILDAN PEMBAHASAN

1. Perkembangan industri kopi dan ketertarikan menjadi Barista

Hubungan sosial Dongeng Kopi Jogja dan para petani terjaga dengan baik dengan saling menguntungkan satu dengan lain,

seperti teori jaringan sosial pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu, konsep jaringan dalam *capital social* menunjuk pada semua hubungan dengan orang atau kelompok lain yang memungkinkan kegiatan dapat berjalan secara efisien dan efektif (Lawang, 2005). Secara tidak langsung perekonomian para petani bisa langsung dijamin oleh Dongeng Kopi Jogja yang membeli kopi langsung ke petaninya tanpa melewati perantara lagi. Dongeng Kopi Jogja juga memberikan pengetahuan tentang bagaimana perawatan kopi yang baik, dan memberikan bagaimana kopi itu di proses dengan baik dan banar.

Mulai dari faktor ekonomi yang mempengaruhi para informan

untuk mengikuti kelas seduh manual yang diagendakan oleh Dongeng Kopi Jogja untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari atau untuk menambah pemasukan, apalagi di Yogyakarta sendiri sudah banyak *coffee shop-coffee shop* yang berdiri sehingga untuk mendapatkan pekerjaan menjadi barista sangat mudah apalagi sudah memiliki kemampuan untuk mengolah biji kopi menjadi minuman yang nikmat didukung dengan sertifikat setelah mengikuti kelas seduh membuat para peserta mendapatkan nilai lebih untuk mendapatkan pekerjaan menjadi barista. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) sekarang sedang gencar-gencarnya memfokuskan di bidang kuliner terutama kopi. Bekraf mengadakan sertifikasi profesi barista, dalam kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan

pemahaman bahwa sertifikat kompetensi sangatlah penting dalam meningkatkan daya saing, baik di tingkat nasional maupun internasional, dengan diadakannya kegiatan ini dapat meningkatkan dan terciptanya Barista Indonesia yang handal dan kompeten sehingga barista Indonesia dapat lebih percaya diri akan kemampuan dan keahliannya untuk berkompetisi dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).

2. Eksistensi Dongeng Kopi Jogja dalam maraknya industri dan penikmat kopi di Yogyakarta

Fenomena-fenomena era modrenisasi dan berkembangnya media sosial ini membuat seseorang mampu mendapatkan informasi-informasi terbaru dengan cepat dan akurat. Dongeng Kopi

Jogja memanfaatkan media sosial ini untuk memperkenalkan kedai mereka. Dengan memberikan informasi-informasi terbaru tentang kedai tersebut, memberikan pengetahuan kopi dengan media tersebut hingga, mencari pegawai dengan media-media sosial tersebut. Dengan memanfaatkan media-media sosial ini Dongeng Kopi Jogja mampu menunjukkan eksistensinya. Beriinteraksi langsung dengan para pelanggan-pelanggan secara *face to face* merupakan hal yang lumrah di dalam kedai namun semenjak media sosial yang semakin berkembang bukan hanya berbicara langsung saja tapi berinteraksi langsung menggunakan media sosial ini adalah hal yang membuat para pelanggan merasa dihargai di Dongeng Kopi Jogja. Dengan mengubah tampilan-tampilan di media sosial Dongeng Kopi dan

diganti dengan konsep-konsep baru dapat membuat penasaran para pelanggan dan membuat para pelanggan akan berkunjung ke Dongeng Kopi Jogja. Dapat disimpulkan dengan media sosial dan pilihan-pilihan rasional yang Dongeng Kopi Jogja inginkan mereka selalu meng-*upgrade* semua media sosialnya mampu membuat Dongeng Kopi Jogja bisa bertahan dalam perkembangan Industri dan mampu mencapai target-target yang sudah mereka tetapkan.

3. Upaya apa yang dilakukan Dongeng Kopi Jogja dalam menyikapi maraknya perkembangan industri dan penikmat kopi di Yogyakarta

Upaya menyikapi industri kopi dan semakin banyaknya penikmat kopi adalah dengan mengedukasi para pelanggan yang ingin mempelajari ilmu kopi lebih

dalam lagi. Dengan program-program tersebut para pelanggan mampu mengetahui pengetahuan kopi lebih dalam lagi apalagi kopi-kopi *single origin* yang sekarang sedang tren. Dengan upaya-upaya tersebut Dongeng Kopi Jogja mampu bertahan dan terus eksis sampai sekarang. Karena program-program yang dijalankan oleh Dongeng Kopi Jogja mampu menyikapi semakin berkembangnya industri kopi dan semakin banyaknya penikmat kopi. Dapat disimpulkan Dongeng Kopi Jogja mengambil keputusan-keputusan yang rasional dengan memilih inovasi-inovasi yang berbeda dengan kedai-kedai lainnya. Mengagendakan program *make own your coffee* untuk para pelanggan sehingga para pelanggan dapat tereduksi bagaimana para pelanggan dapat membuat kopi sendiri dengan di dampingi oleh

para barista untuk membuat. Sedangkan dengan memilih mengadakan program kelas seduh manual ini, Dongeng Kopi Jogja ingin membantu menyediakan para barista-barista untuk bekerja di kedai-kedai atau menyiapkan seseorang yang ingin membuat kedai kopi. Semakin banyaknya industri kopi di Yogyakarta membuat stock barista semakin menipis, sehingga membuat Dongeng Kopi Jogja memilih mengadakan program kelas seduh manual.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan Industri dan Penikmat Kopi

Dalam perkembangan semakin banyaknya industri kopi

dan semakin banyaknya penikmat kopi Dongeng Kopi Jogja menunjukkan eksistensinya dengan berbagai cara agar kedai ini tetap eksis di dalam banyaknya industri kopi di Jogja maupun Indonesia :

a. Perkembangan industri kopi dan penikmat kopi

Pasca di luncurkannya film “Filosofi Kopi” perkembangan industri kopi semakin meningkat secara signifikan.

Di Jogja sendiri terkena dampak dari film tersebut dan didukung dengan banyaknya mahasiswa dan Jogja sebagai tempat wisata.

b. Ketertarikan menjadi barista

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menjadi barista, mulai dari faktor ekonomi, sosial dan psikologi. Memilih mengikuti kelas barista yang diagendakan Dongeng Kopi

Jogja membuat mereka dapat menjadikan keinginannya dan tujuannya bisa tersampaikan dan terealisasikan.

2. Eksistensi Dongeng Kopi Jogja

dalam maraknya industri dan penikmat kopi di Yogyakarta

a. Pasar *coffee shop* secara umum di Yogyakarta

konsumen kopi mulai berkembang pesat seiring dengan padatnya persaingan kedai kopi yang ada di Yogyakarta. Konsumen

menjadi lebih kritis dengan ragam permintaan yang semakin banyak, sehingga

Dongeng Kopi Jogja pun merespon dengan program-program yang selalu

diagendakan. Dongeng Kopi Jogja menjaga eksistensinya dengan menggunakan media sosial dan pilihan-pilihan rasional yang Dongeng Kopi

Jogja inginkan, mereka selalu meng-*upgrade* semua media sosialnya lalu memperbaiki menu-menu yang disajikan mampu membuat Dongeng Kopi Jogja bisa bertahan dalam perkembangan Industri dan mampu mencapai target-target yang sudah mereka tetapkan.

b. Hambatan yang dialami *coffee shop* lainnya dan Dongeng Kopi Jogja

Hambatan-hambatan yang sekarang terjadi adalah semakin banyaknya kedai tau *coffee shop* dan para investor yang mulai membangun kedai atau *coffee shop* di Jogja akan menjadikan persaingan yang begitu ketat dan tak banyak pula para pelaku lama kopi di Jogja akan gulung tikar karena kalah modal dari pendatang tersebut. Apalagi setelah

datangnya para pendatang dari kota-kota besar yang membangun *coffee shop* telah merubah tatanan pasar Jogja, ini adalah sebuah hambatan bagi pemilik kedai-kedai yang sudah lama ada di Jogja.

3. Upaya apa yang dilakukan

Dongeng Kopi Jogja dalam maraknya perkembangan industri dan penikmat kopi di Yogyakarta

Dongeng Kopi Jogja

mengambil keputusan-keputusan yang rasional dengan memilih inovasi-inovasi yang berbeda dengan kedai-kedai lainnya.

Mengagendakan program *make own your coffee* untuk para pelanggan sehingga para pelanggan dapat tereduksi bagaimana para pelanggan dapat membuat kopi sendiri dengan di dampingi oleh para barista untuk membuat. Sedangkan dengan memilih mengadakan program kelas seduh

manual ini, Dongeng Kopi Jogja ingin membantu menyediakan para barista-barista untuk bekerja di kedai-kedai atau menyiapkan seseorang yang ingin membuat kedai kopi. Semakin banyaknya industri kopi Yogyakarta membuat stock barista semakin menipis, sehingga membuat Dongeng Kopi memilih mengadakan program kelas seduh manual.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai upaya Dongeng Kopi Jogja menanggapi maraknya industri dan penikmat kopi terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadikan Dongeng Kopi Jogja lebih baik, yaitu sebagai berikut:

1. Dongeng Kopi Jogja dapat mengoptimalkan media sosial, inovasi-inovasi terbaru dan program-program yang ada agar, eksistensi Dongeng Kopi Jogja lebih dikenal dan masih tetap ada dalam industri kopi di Yogyakarta dan Indonesia.
2. Dongeng Kopi Jogja diharapkan lebih aktif lagi dalam pengedukasian para penikmat kopi supaya orang akan lebih paham tentang kopi *single origin*. Karena lambat laun penikmat kopi akan lebih banyak.
3. Dongeng Kopi Jogja diharapkan mempertahankan identitas dan karakter kedai tersebut dengan tetap melawan arus pasar industri kopi di Yogyakarta maupun Indonesia, agar tetap bertahan lebih lama lagi di dunia industri kopi.
4. Mempertahankan kelas seduh manual dengan melembagakan menjadi kelas formal, karena di era pasar bebas ini profesi sebagai barista sangat diperlukan, karena kalau tidak akan ada barista dari

negara-negara lain akan bekerja di Indonesia.

5. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mendapatkan data tentang seberapa banyak *coffee shop* yang berada di Yogyakarta

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Syahriyanti, Eti. 2009. *I love Coffee and Tea*. Yogyakarta : DIVA Press

Tempo : Kopi: Aroma, Rasa, Cerita. Ed: 4465. 2018. Jakarta : PT Tempo Inti Media

F. Daftar Pustaka

Heryanto. Ariel. 2015. *Identitas dan Kenikmatan (politik budaya layar Indonesia)*. Jakarta : PT Gramedia

Koentjaraningrat. 1990. *Pengantar Ilmu Antropologi*, Jakarta: Djambata

Lexy J. Moleong, 2006. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Miles dan Huberman, 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Tarsito.

Mulyanto, Sri dan Suharyanto, Edy. 2012. *Kopi, Seduhan, dan Kesehatan*. Jember: Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia.

Ritzr, George dan Douglas Goodman. 2004. *Teori Sosiologi Moderen. Edisi ke6*. Jakarta: Kencana

Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.

Samsura, Doddy, 2013. *Ngopi Ala Barista*, Jakarta: Penerbit Plus

Soerjano Soekanto, 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo.

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta