

DAMPAK KEBERADAAN KEDAI KOPI BAGI IPK MAHASISWA DI KOTA BANDA ACEH

Oleh

*Ruhadi dan **Herlina

*Drs. Ruhadi, M.Pd adalah Dosen Tetap Yayasan Universitas Serambi Mekkah

**Herlina, SE adalah Dosen Tetap Yayasan Universitas Serambi Mekkah

Abstrak:

Fenomena aktivitas di kedai kopi bukan hal asing di Aceh yang terkenal dengan julukan “Negeri 1000 kedai kopi”. Keterkaitan antara kedai kopi dengan mahasiswa adalah mahasiswa merupakan *agent of change* dan termasuk salah satu komponen yang sering beraktivitas di kedai kopi. Penelitian ini ingin mengetahui lebih jauh mengenai bagaimana mahasiswa memaknai kedai kopi dan dampak apa yang ditimbulkan dari seringnya ke kedai kopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa ke kedai kopi sebesar 37 persen untuk berkumpul, bersosialisasi dan bersilaturahmi dengan teman-teman. Sebesar 33 persen menyatakan mengerjakan tugas kuliah karena di kedai kopi terdapat fasilitas internet dan lainnya. Kecenderungan mahasiswa sebesar 50 persen memilih tempat beraktivitas di kedai kopi karena terdapat berbagai fasilitas terutama WIFI merupakan alasan utama mereka sering beraktivitas di kedai kopi yang mayoritas tidak setiap hari berkunjung. Mahasiswa yang beralasan merasa nyaman beraktivitas di kedai kopi adalah sebesar 21 persen, hal tersebut berkaitan dengan kelengkapan fasilitas termasuk di dalamnya tempat parkir dan tempat sholat, toilet dan lainnya. Untuk dampak positif seringnya beraktivitas di kedai kopi menunjukkan bahwa sebesar 52 persen responden menyatakan mendapat tempat belajar yang nyaman. Memperoleh fasilitas bermain seperti *facebook*, *game*, dan lainnya sebesar 11 persen. Sedangkan dampak negatif adalah mahasiswa menyatakan sering lupa waktu sebesar 60 persen, 29 persen menyatakan menguras biaya, dan 11 persen menjadi malas untuk melakukan aktivitas lainnya. Angka rata-rata sebelum rutin beraktivitas ke kedai kopi adalah sebesar 3,00 sedangkan setelah rutin ke kedai kopi adalah sebesar 3,10. Uji F mendukung pernyataan tersebut dengan $F(\text{hitung}) = 1,391 < F(\text{tabel}) = 3,06$. Di sisi lain uji relasi (R) menunjukkan hubungan negatif antara frekuensi ke kedai kopi dengan IPK mahasiswa sebesar -0,166 yang berarti semakin besar frekuensi ke kedai kopi maka dapat menurunkan IPK mahasiswa yang bersangkutan atau sebaliknya. Maka disarankan agar dapat meningkatkan IPK maka mahasiswa menurunkan frekuensi ke kedai kopi dengan beralih memperbanyak kegiatan yang mempengaruhi peningkatan IPK, misalnya menambah jam belajar. Penelitian yang menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif ini menggunakan wawancara langsung kepada mahasiswa dan pemilik kedai kopi, observasi, serta dokumentasi, serta studi kepustakaan. Data yang diperoleh diolah disajikan dalam bentuk tabel atau grafik disertai interpretasinya.

Kata kunci: kedai kopi, aktivitas mahasiswa, dan IPK.

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Kesejahteraan merupakan keinginan dari semua orang, baik secara lahir maupun bathin. Namun kondisi yang terjadi di lapangan adalah adanya ketidakseimbangan antara kebutuhan dengan sumber daya yang

ada, misalnya adanya kecepatan pertumbuhan penduduk yang berarti kebutuhan hidup juga meningkat sedangkan ketersediaan kebutuhan hidup berjalan lambat. Ini berkaitan dengan jumlah pencari kerja yang dari tahun ke tahun bertambah, namun lapangan kerja yang ada sedikit.

Sebagai alternatif peluang pekerjaan, muncullah sektor informal. Istilah sektor informal pertama kali dilontarkan oleh Keith Hart yang dituangkan dalam penelitiannya di Ghana pada tahun 1973. Dia mengungkapkan bahwa kesempatan memperoleh penghasilan di kota tidaklah selalu diidentikkan dengan proses industrialisasi yang serba canggih tetapi lak
tor
up
penyelamat yang dapat meredam ledakan sosial sebagai akibat meningkatnya pencari kerja baik dalam kota maupun pendatang dari desa. Lebih jauh lagi, Hernando de Soto melihat sektor informal justru merupakan kekuatan tersembunyi untuk memperbaiki sistem ekonomi pasar yang tidak aksesibel (Hernando de Soto, 1991).

Sektor informal sebagai fenomena yang khas di NSB dapat berupa kegiatan produksi dan distribusi barang maupun jasa. Misalnya saja pedagang kaki lima, pedagang asongan, tukang kredit, warung, dan unit-unit kegiatan lainnya. Salah satu contoh warung adalah warung kopi atau dalam bahasa Aceh sering disebut sebagai *kedai kupa*, bahkan Aceh dijuluki sebagai “Negeri 1000 kedai kupa”. Kedai kopi adalah model perdagangan makanan dan minuman di suatu tempat. Tempat tersebut bisa jadi disewa atau toko yang sudah dibeli, misalnya ruko di lantai dasar bahkan ada yang dua lantai.

Kenyamanan dan keleluasaan yang ditawarkan kedai kopi menjadi daya tarik tersendiri yang membedakan kedai kopi dengan tempat *nongkrong* lainnya. Di Kedai kopi kita boleh saja duduk berjam-jam tanpa harus khawatir akan mendapat usiran dari pemiliknya. Di kedai kopi pula kita boleh makan sambil duduk dengan kaki satu diangkat, bahkan bila memungkinkan sambil tiduran. Maka tidak heran bila banyak mahasiswa yang menjadikan kedai kopi sebagai tempat konsumsi, mereka memilih kedai kopi karena suasana berbeda yang ditawarkan oleh kedai kopi bila dibandingkan dengan warung *nongkrong* lainnya.

Kedai kopi di Aceh merupakan warung kopi dengan jumlah terbesar bila dibandingkan dengan daerah lain di Indonesia, bahkan bisa jadi di dunia, walaupun tidak ada data yang akurat mengenai jumlah ini. Mereka

yang datang ke kedai kopi bukan hanya sekedar untuk menghabiskan uang, tapi juga untuk mengkomunikasikan makna-makna tertentu. Apa yang dikonsumsi bukan lagi sekedar obyek tetapi juga makna-makna sosial yang tersembunyi di dalamnya. Forum-forum kedai kopi bermunculan, misalnya forum kedai kopi Beurawe, forum kedai kopi Uleekareng dan lain-lain. Kedai kopi bisa saja menjadi ruang baru bagi mahasiswa untuk memperbincangkan berbagai permasalahan. Sejarah mencatat ketika masa perang dengan Belanda, Teuku Umar dalam perjalanannya mengajak pasukannya untuk *ngopi* bila tiba di tempat tujuan yaitu Meulaboh, namun tidak jadi karena beliau meninggal di perjalanan. Bukti ini menunjukkan bahwa budaya *ngopi* di Aceh sudah sejak lama.

1.2. Masalah Penelitian

Kedai kopi di Aceh adalah salah satu bagian dari sektor informal namun sudah bergerak menuju sektor formal berdasarkan ciri-ciri dari kedua sektor tersebut. Berbicara mengenai mahasiswa sebagai *agent of change* dalam menentukan pilihan tempat *nongkrong*, bisa dilihat dengan ukuran kantong masing-masing. Bagi mereka yang berkantong terbatas atau yang sedang kehabisan cadangan makanan seringkali menjatuhkan pilihan pada kedai kopi sebagai tempat makan, kalau tak cukup uang di tangan, maka makan kue-kuepun juga boleh. Tetapi banyak juga mahasiswa yang berkantong tebal turut menjatuhkan pilihan pada kedai kopi sebagai tempat konsumsinya atau hanya sekedar tempat untuk *nongkrong* bersama teman-teman sambil menikmati hidangan di kedai kopi.

Berdasarkan latar belakang, permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana mahasiswa memaknai keberadaan kedai kopi di Kota Banda Aceh dan dampak yang ditimbulkan oleh perilaku seringnya ke kedai kopi bagi mahasiswa terhadap IPK.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana mahasiswa memaknai keberadaan kedai kopi di Kota Banda Aceh dan mengetahui dampak apa saja yang ditimbulkan oleh perilaku seringnya ke kedai kopi bagi mahasiswa.

Tinjauan Pustaka

2.1. Mahasiswa dan Kedai Kopi

Dalam ilmu sosial ditekankan bahwa interaksi individu tidak berada di ruang hampa, dimana ada banyak faktor yang mempengaruhi setiap relasi yang ada. Dalam kehidupan sehari-hari, apa yang terkait didalamnya adalah suatu penafsiran makna dari orang lain melalui interaksi yang kompleks dari struktur relevansi, makna, dan pengetahuan (Peter L Berger dan Hansfried Kellner, 1985).

Schutz menghususkan perhatiannya kepada satu bentuk dari subjektivitas yang disebutnya antar subjektivitas. Konsep ini menunjuk kepada pemisahan keadaan subjektif atau secara sederhana menunjuk kepada dimensi dari kesadaran umum dan kesadaran khusus kelompok sosial yang sedang saling berintegrasi. Intersubjektivitas yang memungkinkan pergaulan sosial itu terjadi tergantung kepada pengetahuan tentang peranan masing-masing yang diperoleh melalui pengalaman yang bersifat pribadi (Alimandan, 1992).

Alfred Schutz memusatkan perhatiannya kepada struktur kesadaran yang diperlukan untuk terjadinya saling bertindak atau interaksi dan saling memahami antar sesama manusia, secara singkat dapat dikatakan bahwa interaksi sosial terjadi dan berlangsung melalui penafsiran dan pemahaman tindakan masing-masing baik antar individu maupun antar kelompok.

Fenomenologis mengejar apa yang disebut Max Weber sebagai *verstehen*, pemahaman atas motivasi dan keyakinan yang terdapat dibalik tindakan seseorang (Moleong, 2004). Menafsirkan tindakan mahasiswa mengkonsumsi di kedai kopi bukan suatu pekerjaan mudah. Semua orang punya makna dan berusaha hidup dalam suatu dunia yang bermakna. Pada prinsipnya setiap makna insani dapat diterima oleh yang lainnya. Dan memang penerimaan timbal balik ini merupakan suatu premis yang menentukan untuk kepercayaan bahwa memang ada sesuatu seperti kemanusiaan bersama. Tetapi tentunya ada makna yang lebih dapat diterima dibandingkan dengan makna-makna lainnya.

Dalam kasus ini, faktor harga makanan yang relatif terjangkau di kedai kopi bisa jadi merupakan makna yang lebih banyak diterima orang di balik tindakan mahasiswa

mengkonsumsi di kedai kopi. Namun menjadi lain halnya jika kemudian dihadapkan pada kenyataan bahwa kebanyakan para mahasiswa itu mempunyai latar belakang sosial yang mapan, yang memungkinkannya untuk mempunyai alternatif pilihan yang lebih baik dibandingkan dengan kedai kopi. Di sini mungkin yang akan lebih bisa digunakan adalah pemaknaan kedai kopi sebagai arena interaksi sosial dimana di sana orang bisa bebas berkumpul membicarakan banyak hal mulai dari masalah seni, politik, ekonomi, pendidikan, sosial budaya, sampai humor.

Kedai kopi bisa jadi sebagai tempat munculnya ide skripsi dan penelitian, diskusi politik, maupun sekadar *ngobrol* antar teman. Atau bisa jadi juga terkait dengan suasana santai penuh kekeluargaan dan keakraban yang tercipta di kedai kopi yang menimbulkan suasana nyaman dalam mengkonsumsi. Ketika kemudian para pelayan dan pemilik kedai kopi bukan hanya sebagai penjual makanan dan minuman tetapi juga menjadi teman *ngobrol* bagi pembeli. Minimal mereka menjadi saksi dan pendengar yang baik, hubungan penjual dan pembeli ini lebih dari hubungan ekonomi tetapi hubungan pertemanan.

2.2. Kedai Kopi di Aceh

2.2.1. Sejarah Kedai Kopi di Aceh

Kedai kopi mudah ditemui di Aceh, berbagai kalangan duduk di tempat tersebut berjam-jam. Kehadiran kedai kopi di Tanah Rencong memiliki sejarah yang panjang. Kedai kopi Jasa Ayah yang dikenal sebagai kedai kopi Solong di Uleekareng, Banda Aceh tergolong kedai kopi tua. Maraknya kedai kopi di Aceh menjadikan Aceh sering disebut sebagai "Negeri Seribu Kedai Kopi". Pagi, siang, dan malam, para konsumen datang silih berganti. "Usaha ini dimulai dari ayah saya pada tahun 1974. Saya melanjutkannya", kata H. Nawawy, pemilik kedai kopi Solong di Uleekareng. Kedai kopi sejenis inilah yang tergolong tradisional di Kota Banda Aceh dan sekitarnya. Pembuatan kopi dengan cara merebus kopi dan menyaring menggunakan saringan ketika hendak disajikan.

Pasca tsunami dan perjanjian damai Helsinki semakin banyak tempat *nonkrong* dan kedai kopi yang muncul. Kedai kopi yang tadinya buka tidak sampai 24 jam, kini buka 24 jam. Kebutuhan ini adalah kebutuhan dari pekerja yang masuk ke Aceh, mereka

mebutuhkan tempat duduk untuk relasi dan bertemu relasi. Para pendatang Aceh membutuhkan tempat yang nyaman, perkembangan kedai kopi menjadi modern hingga saat ini karena adanya peluang ekonomi, dan orang Aceh menangkap peluang tersebut. Budayawan Aceh LK Ara tidak memungkiri ada orang yang bermalas-malas di tempat tersebut, sehingga kadang muncul kritikan dari berbagai kalangan bahwa kedai kopi adalah tempat orang bermalas-malas. Namun menurutnya banyaknya orang di kedai kopi merupakan tempat untuk menggali ide atau menambah informasi.

Kita bisa saja datang ke kedai kopi dengan menu yang sama persis namun dengan jumlah pembayaran yang berbeda, karena penghitungan pembayaran kadang dilakukan dengan hanya mengandalkan ingatan dari pelayan. Kalau kita bertanya berapa harga yang mesti dibayar, maka pelayan akan segera menyebut sejumlah angka.

Setelah proyek rehabilitasi berakhir dan BRR ditutup, kedai kopi diperkirakan akan gulung tikar, karena gelembung-gelembung perekonomian Aceh akan kembali seperti sediakala. Kenyataan yang terjadi adalah kedai kopi tetap eksis dengan jumlah pendatang ke Aceh memang berkurang, namun pengunjung tetap marak.

2.2.2. Memaknai Kedai Kopi di Aceh

Kedai kopi semakin populer pada masa pasca tsunami, menjadi tren dan mulai banyak kegiatan semiformal dilakukan di kedai kopi, antara lain adanya kegiatan simulasi oleh BPS, diskusi yang diadakan oleh lembaga swadaya masyarakat, diskusi yang diadakan oleh kapolda Aceh. Pada dialog tersebut mengangkat tema-tema aktual dan hangat menjadi obrolan yang santai. Para pejabat juga sering kelihatan bercengkrama bersama teman-temannya di kedai kopi. Biasanya kalau sudah menjadi langganan di sebuah tempat, maka pengunjung akan kembali ke Kedai kopi tersebut, sehingga bila kita ingin mencari atau mengajak si fulan minum kopi, maka kita dapat menebak kebiasaan dia sering duduk dimana, dan kita akan mencari atau menemuinya di kedai kopi tersebut. Nama-nama kedai kopi di Aceh yang relatif terkenal dan ramai dikunjungi dapat dilihat pada tabel 1.

Sumber data tersebut merupakan hasil survey yang dilakukan dan masih banyak kedai kopi kecil lainnya yang tidak tertera. Untuk total kedai kopi di Aceh terdapat sekitar ratusan kedai kopi. Dan hanya beberapa saja yang terdaftar di dinas perdagangan Aceh. Ada beberapa kedai kopi yang sudah membuka cabang di berbagai tempat antara lain: kedai kopi Solong, Taufik Cafe, dan Dek Mie. Kalau dilihat dari tahun mulai berjualan, kedai kopi mulai berjualan sejak lama sebelum tsunami dan hingga kini masih berdiri.

Banyak pilihan fasilitas yang ditawarkan oleh kedai kopi seperti bangku-bangku dan meja-meja, penampilan band di setiap malam minggu, fasilitas wifi, dan lain sebagainya. Kedai kopi modern seperti ini terutama bertebaran pasca tsunami. Dahulu sangat sulit ditemui perempuan yang beraktivitas di kedai kopi, namun sekarang sudah banyak perempuan yang mau turut serta beraktivitas di kedai kopi, terutama ke kedai kopi yang modern.

Mesti diakui sektor informal memainkan peranan yang penting di daerah perkotaan, baik dalam hal menyerap tenaga kerja maupun menyediakan barang dan jasa bagi berbagai kelompok masyarakat. Demikian halnya dengan kedai kopi, telah menjadi tumpuan hidup. Fenomena ini barangkali terkait dengan tersebarnya kedai kopi mulai dari tengah kota sampai pinggiran kota. Budaya *ngopi* yang telah menjadi budaya *ureung Aceh*, tak dapat dipungkiri telah menjadi daya tarik tersendiri bagi Aceh. Suka atau tidak suka dengan budaya *ngopi*.

Kedai Kopi diidentikkan dengan media berkomunikasi bagi masyarakat Aceh sejak dahulu, saling bersilaturahmi demi mempererat kekerabatan, hingga sekarang. Dan, pada pasca tsunami telah menjadi life style. Di kedai kopi tidak terbedakan lagi mana masyarakat yang berpendapatan rendah dengan masyarakat berpendapatan tinggi, yang mana anak pejabat dan yang mana anak tukang becak. Entah lapisan bawah, menengah atau yang disebut sebagai lapisan sosial atas, sering terlihat mereka yang berpenampilan rapi, membawa handphone, berkendara sepeda motor dan mobil, bahkan mahasiswa yang dipandang oleh masyarakat sebagai calon-calon intelektual yang bersemangat, penuh dedikasi, enerjik, kritis, pintar dan berilmu sebab mereka digodok di sebuah tempat yang

bernama Universitas tanpa segan-segan nongkrong di kedai kopi. Mereka pun kadang-kadang rela mengantri untuk bisa mengambil makanan atau menunggu tempat yang kosong.

2.2.3. Sejarah Budaya *Ngopi* dari Ottoman Sampai ke Aceh

Ada kesamaan antara tempat minum kopi di Turki dan kedai kopi di Aceh. Di Aceh masih ditemukan warung kopi dengan meja pendek. Tinggi meja hampir sama dengan dudukan kursi. Cara pembuatan untuk penyajian kopi juga sama. Ketika warung kopi berkembang di Ottoman, pada saat yang sama sufisme juga berkembang di tempat itu. Kopi diminum kaum sufi sebelum mereka mengadakan ritual. Mereka minum agar menahan kantuk. Pada saat yang sama sufisme juga berkembang kuat di Aceh. Beberapa tokoh terkenal seperti Hamzah Fanzuri dan Syamsuddin Al Sumatrani, juga merupakan tokoh sufi. Sangat memungkinkan kebiasaan di Ottoman itu masuk ketika paham sufisme juga masuk ke Aceh. LK. Ara sebagai budayawan Aceh menuturkan bahwa beliau menemukan hubungan yang kuat mengenai kehadiran Ottoman di Aceh.

Tempat untuk minum kopi di Turki yang terkenal pada mulanya adalah Kiva Han yang berdiri tahun 1475 di Kota Istanbul. Tempat ini merupakan salah satu titik dalam sejarah kopi, setelah abad ke-13 kopi mulai ditemukan dan diperkenalkan mulai dari Ethiopia, Yaman, Arab Saudi, hingga Ottoman. Mungkin dari nama Kiva Han itulah kemudian dikenal istilah “kafe” setelah masuk ke Eropa. Kehadiran Ottoman diperkirakan berpengaruh kuat terhadap gaya hidup orang Aceh. Salah satunya adalah terkait masuknya kopi, gaya hidup minum kopi, dan juga kehadiran kedai kopi. Kemungkinannya adalah sudah masuk sebelum didatangkan oleh VOC ke Indonesia. Lebih jauh ketika orang-orang selesai sholat di Aceh, kita mudah menemukan mereka mendatangi kedai kopi untuk minum kopi. Inilah fenomena yang juga dapat dijumpai di Turki.

2.2.4. Pengaruh Budaya Tionghoa Terhadap Budaya *Ngopi* di Aceh

Setidaknya kita perlu memerhatikan fakta bahwa tidak sedikit pengaruh kebiasaan orang Tionghoa, yang juga hadir di Aceh sejak beberapa abad lalu, dalam hal kebiasaan

minum kopi. Orang Tionghoa juga sudah hadir di tanah Aceh sejak awal Aceh berdiri. Pengaruh kebiasaan orang Tionghoa dalam hal minum kopi setidaknya tampak dalam makanan yang disediakan di warung kopi. Makanan-makanan kecil itu pasti tidak ditemukan di Ottoman. Pengaruh itu sangat kuat karena orang China yang datang ke Asia Tenggara juga memiliki kebiasaan duduk dan mengobrol berlama-lama di warung. Sangat mungkin orang Tionghoa ikut mengembangkan warung kopi itu. Kenyataan ini terlihat dari kepemilikan beberapa warung kopi lama yang dikelola orang Tionghoa. Pemilik Warung Kopi Ulee Kareng, H Nawawi, menceritakan, sebelum mendirikan warung kopi, ayahnya bekerja di warung kopi milik seorang warga Tionghoa di Kota Banda Aceh (www.kompas.com).

Walaupun di Takengon, Aceh Tengah dihiasi oleh perkebunan dan pabrik kopi, namun Lamno di Aceh Barat merupakan produsen kopi terbaik di Indonesia. Terkenal dengan biji kopi Arabikanya, Aceh memberikan kontribusi sebesar 40 persen dari produksi kopi Indonesia. Teknik membuat secangkir kopi di kedai kopi di Aceh tidak ada duanya. Para barista di sini tidak pernah pergi ke pelatihan khusus untuk belajar cara menyajikan secangkir kopi. Cara penyajian kopi di Aceh berbeda dengan daerah-daerah lain di Indonesia. Di sini, kopi diseduh melalui beberapa penyaringan sampai pada kekentalan yang diinginkan sehingga membuat kopi lebih harum, nikmat dan memiliki efek rasa yang kuat.

2.3. Aktivitas Kedai Kopi dan Mahasiswa Sebagai Konsumen

Batas sosial di Kedai Kopi menjadi tidak berlaku lagi di tempat ini. Semua berbaur menjadi satu, saling berinteraksi satu sama lain tanpa memandang kelas sosial oleh para konsumennya. Disini mereka saling menegur, berjabat tangan, saling berbicara dan saling bercanda antar pedagang dan pembeli. Sesekali ada yang meminta percik api antar pemuda satu dengan yang lain untuk menyalakan rokok, padahal mereka saling tidak mengenal. Di sini pula mereka beraktivitas membentuk dunianya sendiri, sebuah dunia manusia. Sebuah dunia yang menurut Berger adalah suatu dunia yang mesti dibentuk oleh aktivitas manusia itu sendiri.

Manusia bisa menempatkan diri serta merealisasikan kehidupannya. Mereka pun harus selalu mencoba memahaminya dirinya sendiri dengan cara mengekspresikan diri dalam beraktivitas (Berger, 1991).

Metode Penelitian

3.1. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Pendekatan fenomenologis dalam hal ini berbeda dengan pendekatan positivisme, dimana fenomenologis dapat lebih peka menangkap fakta sosial dalam masyarakat karena meletakkan objek studi dalam kerangka yang natural. Yang ditekankan oleh fenomenologis ialah aspek subjektif dari perilaku orang. Mereka berusaha masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang diteliti sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupannya sehari-hari.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Kota Banda Aceh karena merupakan pusat pertumbuhan ekonomi di Aceh, disinilah banyak kedai kopi tersebar dan merupakan tempat yang paling banyak dikunjungi oleh mahasiswa. Tempat ini tidak selalu harus dekat dengan kampus.

3.3. Responden Penelitian

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa pengunjung kedai kopi yang relatif terkenal di Kota Banda Aceh dengan jumlah rata-rata kunjungan 5650 orang per hari. Namun penelitian ini hanya mencakup mahasiswa pengunjung di 6 kedai kopi. Pada tahap awal dilakukan observasi untuk mengetahui populasi pengunjung kedai kopi di sejumlah kedai kopi tersebut ternyata menunjukkan ada 1500 orang. Selanjutnya ditentukan jumlah sampel penelitian

berdasarkan populasi pengunjung pada kedai kopi tadi. Maka sampel penelitian ini adalah sebesar 150 orang mahasiswa yang rutin setiap hari ke kedai kopi atau paling sedikit seminggu sekali. Sampel diambil menggunakan metode *purposif sampling* yang bertujuan mengambil sampel dari populasi mahasiswa yang menjadikan kedai kopi di Kota Banda Aceh sebagai tempat konsumsi.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan fenomena-fenomena yang diselidiki. Disini pengamatan yang dilakukan adalah pengamatan terlibat (*Partisipant Observation*). Dalam penelitian ini, yang akan diobservasi intensitas mahasiswa nongkrong di kedai kopi, aktivitas selama *nongkrong* seperti obrolan, diskusi dan lain-lain. Dalam hal ini peneliti terlibat untuk ikut nongkrong di kedai kopi agar dapat mengerti langsung aktivitas responden.

2. Wawancara

Penelitian ini melakukan wawancara langsung (tatap muka) terhadap responden. dengan sebelumnya didahului pembicaraan informal untuk menciptakan hubungan yang akrab dengan sampel. Hubungan yang akrab ini diperlukan agar bisa memudahkan dalam mendapatkan umpan balik dalam proses selanjutnya. Demi mencapai suasana santai dan akrab diperlukan waktu agar lebih saling mengenal. Lalu wawancara yang semula bersifat informal beralih menjadi lebih formal walaupun keakraban senantiasa dipelihara.

3. Dokumentasi

Penggunaan dokumen ini merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan melihat dokumen-dokumen, foto-foto, internet dan media massa, catatan-catatan seperti memo-memo yang dapat dikumpulkan peneliti dan peneliti tinggal memanfaatkan data yang ada untuk mendukung dan menambah bukti dari sumber-sumber.

3.5. Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan kualitatif deskriptif. Data akan diolah sedemikian rupa dan akan disajikan dalam

bentuk tabel dan grafik dengan disertai interpretasinya.

Hasil dan Pembahasan

4.1. Kedai Kopi di Kota Banda Aceh

Kedai kopi di Aceh berjumlah ratusan, tidak diketahui secara pasti berapa benayak jumlah seluruhnya, karena tidak senua kedai kopi terdaftar di dinas perdagangan. Setelah melakukan *check list* terhadap data-data kedai kopi yang tergolong relatif terkenal dan ramai dikunjungi mahasiswa, terdapat kedai kopi yang sudah tutup dan jumlah pengunjung yang menurun (lihat tabel 1). Hal ini disebabkan berbagai sebab salah satunya tidak ada pembaharuan terhadap kedai kopi tersebut dan mengalami persaingan dengan kedai kopi lainnya yang baru bermunculan pasca tsunami di Aceh.

Kedai kopi Jasa Ayah pada tabel tersebut merupakan kedai kopi tertua dan hingga sekarang masih bertahan dan malah membuka cabangnya yaitu Solong II dan Solong III. Kedai kopi Jasa Ayah disebut juga Solong I. Sedangkan Zakir Kupu merupakan

kedai kopi yang termuda diantara kedai kopi di tabel tersebut, namun jumlah pengunjung per hari relatif banyak untuk sebuah kafe baru berdiri 5 bulan, hal ini dikarenakan letak Zakir Kupu yang strategis, ada WIFI. Orang-orang yang datang ke kedai kopi tersebut dari berbagai kalangan, hal ini menunjukkan bahwa kedai kopi ini berhasil memadukan konsep modern dan tradisional. Konsep lama yang bukan berarti buruk yaitu tanpa menggunakan WIFI, tata letak kursi dan bangku yang lebih berdekatan, tata ruangnya belum begitu diperhatikan. Namun mirip modernnya adalah kedai kopi ini memiliki *branding*.

Dhapu Kupu berlokasi di Simpang Surabaya yang memiliki jumlah pengunjung dalam sehari sekitar 600 orang. Ini merupakan angka tertinggi bila dibandingkan dengan kedai kopi lainnya. Kedai kopi ini selain strategis juga buka kedai kopinya selama 24 jam, tempatnya luas dan memiliki tempat parkir. Pengunjungnya nyaris para pemuda semua. Kedai kopi ini sudah memiliki *branding* dan turut menjual baju kaos seperti kedai kopi Jasa Ayah.

Tabel 1. Kedai Kopi Relatif Terkenal di Kota Banda Aceh

Nama Kedai Kopi	Lokasi	Tahun berdiri	Jumlah Pengunjung/hari (orang)
1. Aan`n adua Kupu	Jl. Malikul Saleh Krueng Raya	2009	300
2. Black and White	Jl. Teuku Umar	2007	150
3. Cafe Bay	Jl. Iskandar Muda	2007	200
4. Cek Wan	Ulekareng	2002	200
5. Cut Nun	Uleekareng	2010	250
6. Dek Mie	Jl. Rukoh Utama, Darussalam	2006	400
7. Dhapu Kupu II	Uleelhe	2009	200
8. Dhapu Kupu I	Simpang Surabaya	2008	600
9. Kede Kupu jasa ayah	Jl. T. Iskandar	1974	500
10. Solong II	Jl. Lampenereut	2009	300
11. Solong III	Uleekareng	2010	500
12. Mont Kupu	Jl. DR. TH. Moh. Hasan, Batoh	2007	200
13. Ringroad Café	Jl. DR. TH. Moh. Hasan, Batoh	2010	500
14. Taufik Kupu	Jl. Syiah Kuala	2008	350
15. Tower Caffee	Jl. Daud Beur`eh	2005	250
16. Zakir Kupu	Jl. Daud Beur`eh	2013	300
17. Black Coffee	Jl. DR. TH. Moh. Hasan, Batoh	2010	150
18. Rawasakti	Jl. Malahayati, Jeulingke	2010	300
Jumlah			5.650

Keseluruhan kedai kopi tersebut setelah ditotalkan adalah 5.650 orang, itu merupakan jumlah per hari orang yang ke kedai kopi, termasuk di dalamnya adalah mahasiswa. Namun kami

memperkecil wilayah penelitian dengan hanya mengambil secara acak sejumlah 6 kedai kopi di Kota Banda Aceh dengan total populasi sebesar 1500 orang (lihat Tabel 2).

Tabel 2. Kedai Kopi di Kota Banda Aceh

No	Nama Kedai Kopi	Alamat	Tahun Berdiri	Jumlah rata-rata pengunjung per hari (orang)
1	Café Bay	Jl. T Iskandar Muda	2007	200
2	Dhapu Kupa II	Jl. Iskandar Muda	2009	200
3	Cut Nun	Jl. P. Nyak Makam	2010	250
4	Mont Kupa	Jl. Dr. TH. Moh Hasan	2007	200
5	Solong Mini	Jl. Lampenerut	2009	300
6	Tower Caffé	Jl. Daud Beureuh	2008	350
Jumlah				1500

Hasil penelitian menunjukkan responden yang diambil secara acak adalah mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebesar 70 persen, sisanya adalah perempuan. Sebelum tsunami angka perempuan yang duduk beraktivitas di kedai kopi tidak sebanyak pasca tsunami. Hal ini juga merupakan hasil wawancara dengan pemilik, kasir, dan penjaga parkir di kedai kopi walaupun angkanya tidak diketahui secara pasti. Penyebab jumlah perempuan meningkat antara lain dapat dilihat dari fasilitas kedai kopi tersebut, mulai dari toilet, tempat sholat, ketersediaan internet, keanekaragaman makanan dan minuman lainnya selain kopi seperti softdrink, aneka jus, skoteng, dan sebagainya. Design ruang dengan bangku-bangku modern bisa dikatakan menjadi penanda berdirinya kedai kopi tersebut setelah tsunami.

Mahasiswa yang menjadi responden kebanyakan tinggal di Kota Banda Aceh sebagai anak kost, sewa atau kontrak dibandingkan dengan yang tinggal dengan orang tua. Mereka berasal dari berbagai universitas negeri dan swasta di Kota Banda Aceh dengan berbagai fakultas dan jurusan yang berbeda karena sampel diambil secara acak. Sedangkan tingkat pendidikan responden adalah dimulai dari pendidikan yang sedang kuliah D1, D3, sampai dengan S1 berikut umur mereka berkisar antara 19-25 tahun.

4.2. Kecenderungan Mahasiswa ke Kedai Kopi

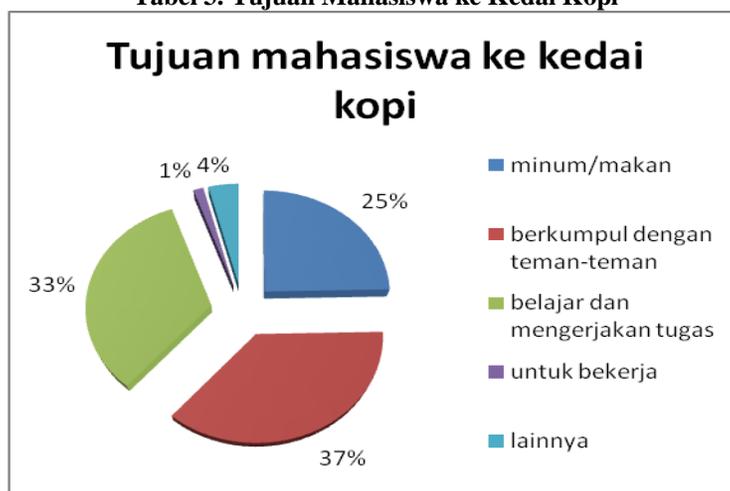
Mahasiswa cenderung ke kedai kopi karena ingin berkumpul dengan teman-temannya yang juga rutin ke kedai kopi.

Mereka membuat janji antara satu sama lainnya. Sedangkan tujuan lain yaitu belajar dan mengerjakan tugas, ini lebih pada bahwa kedai kopi memiliki fasilitas internet yang digunakan untuk mengakses internet. Bagi mahasiswa yang berkumpul dengan teman-teman dan belajar atau mengerjakan tugas juga bekerja, maka mereka pasti akan mengeluarkan pengeluaran untuk makan atau minum, paling tidak untuk minum. Namun ada mahasiswa yang mengakui datang ke kedai kopi memang sengaja untuk makan atau minum yaitu sebesar 25 persen. Yang terkecil adalah jumlah mahasiswa yang bekerja seperti mengerjakan website dan pekerjaan lainnya yang membutuhkan akses internet (lihat Tabel 3).

Fakta menarik adalah selama beraktivitas di kedai kopi, hampir seluruh responden menyatakan pernah mendapatkan teman baru. Biasanya teman baru tersebut mereka kenal melalui temannya yang sedang berada di kedai kopi ketika sedang beraktivitas. Ada sebesar 5 persen yang menyatakan tidak pernah memperoleh teman baru di kedai kopi dan jumlah ini didominasi oleh responden perempuan, hal ini bisa jadi disebabkan karena memang mayoritas pengunjung kedai kopi adalah laki-laki.

Lamanya mahasiswa yang ke kedai kopi minimal kurang dari 30 menit. Namun rata-rata menunjukkan lamanya berkunjung lebih dari 30 menit-2 jam. Dalam durasi waktu inilah yang digunakan untuk melakukan tujuan ke kedai kopi. Mahasiswa mengaku mereka menjadi lupa waktu untuk melakukan aktivitas lainnya seperti ke kampus menjadi

Tabel 3. Tujuan Mahasiswa ke Kedai Kopi



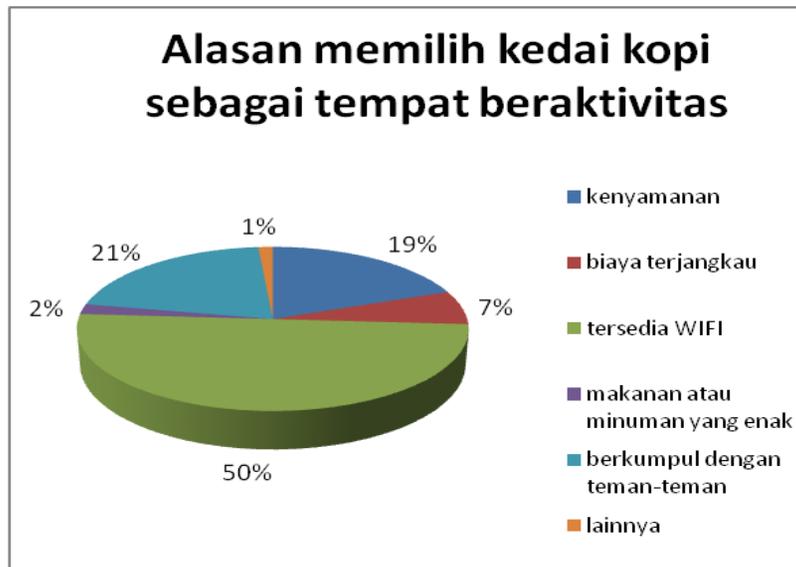
4.3. Makna Keberadaan Kedai Kopi bagi Mahasiswa

Setengah dari responden menyatakan bahwa kedai kopi memiliki fasilitas wifi sehingga mereka leluasa mengakses internet baik untuk bermain game, facebook, atau mengerjakan tugas dan lainnya. Disini juga mereka leluasa bercengkrama dengan teman-temannya membahas apa saja mulai dari masalah kampus, berbagi informasi dan sebagainya. Makanan dan minuman yang enak selanjutnya menjadi alasan bagi mahasiswa ke kedai kopi dengan biaya yang relatif terjangkau (lihat Tabel 4).

Mahasiswa yang setiap hari atau tidak setiap hari ke kedai kopi menyatakan bila ke kedai kopi tidak lebih dari satu kali. Hal ini berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan untuk minimal memesan minum di kedai kopi.

Rata-rata pengeluaran untuk sekali kunjungan adalah sebesar Rp. 14.000, angka ini tentu saja mayoritas tidak setiap hari dikeluarkan oleh mahasiswa, karena persentase mahasiswa yang ke kedai kopi setiap hari hanya 12 persen. Lebih dari setengah mahasiswa berkunjung ke kedai kopi dalam sehari paling banyak menjawab satu kali, baik bagi mereka yang iya dan tidak setiap hari beraktivitas di kedai kopi.

Tabel 4. Alasan Mahasiswa ke Kedai Kopi



4.4. Dampak ke Kedai Kopi bagi Mahasiswa

4.4.1. Dampak Positif Kedai Kopi bagi Mahasiswa

Dampak positif yang keberadaan kedai kopi bagi mahasiswa adalah mahasiswa memperoleh fasilitas wifi yang dapat digunakan untuk belajar dan mengerjakan tugas. Dengan nongkrong di kedai kopi ketika membahas tugas kampus maka kedai kopi memfasilitasi tempat bagi mahasiswa. Tersedianya tempat nongkrong ini lebih baik dibandingkan tidak ada tempat untuk nongkrong yang nyaman dan suasana yang relatif ramai di kedai kopi menjadi salah satu kontrol sosial sendiri bagi pergaulan mahasiswa dalam berinteraksi. Di kedai kopi mereka sering membuat janji untuk bertemu (lihat Tabel 5).

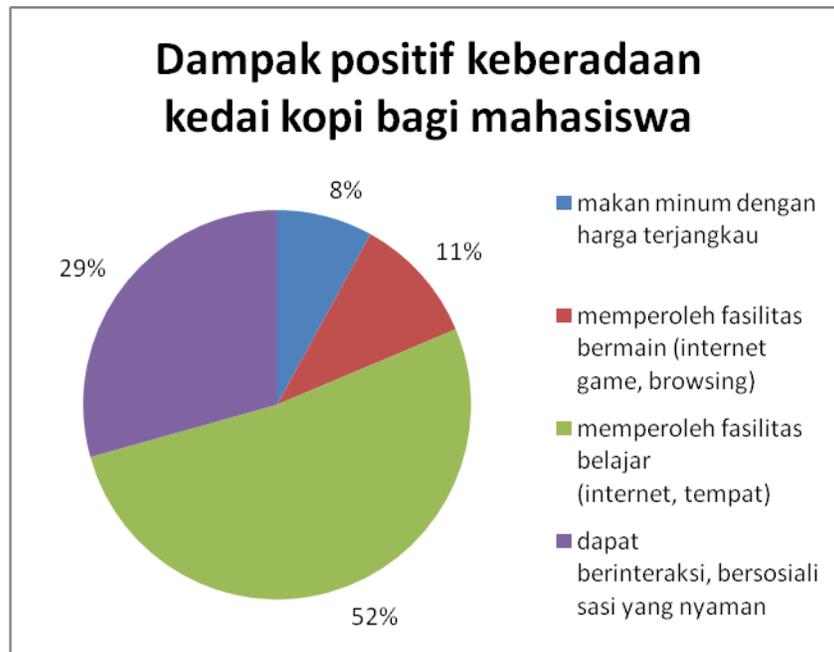
Di kedai kopi mahasiswa dapat bersosialisasi dengan nyaman, kenyamanan ini

seperti yang telah disebutkan, juga berdasar fasilitas termasuk di dalamnya tempat parkir kendaraan yang umumnya kendaraan bermotor milik mahasiswa.

Bermain yang merupakan kebutuhan refreshing bagi mahasiswa dapat dilakukan di kedai kopi dengan sarana wifi mereka bermain game, chatting, facebook, browsing, membaca berita, dan lainnya. Sedangkan kontrol membuka akses yang kurang baik akan berlaku dengan sendirinya, karena kedai kopi relatif ramai.

Keterbatasan dari mahasiswa itu sendiri untuk terlalu sering ke kedai kopi berupa anggaran. Sebagian besar mahasiswa yang menjadi responden adalah mereka yang kost di Banda Aceh. Pengeluaran yang harus mereka keluarkan adalah sewa kos, biaya makan, biaya kuliah dan lainnya. Batasan inilah yang membuat mahasiswa tidak dapat setiap hari ke kedai kopi.

Tabel 5. Dampak Positif Mahasiswa ke Kedai Kopi



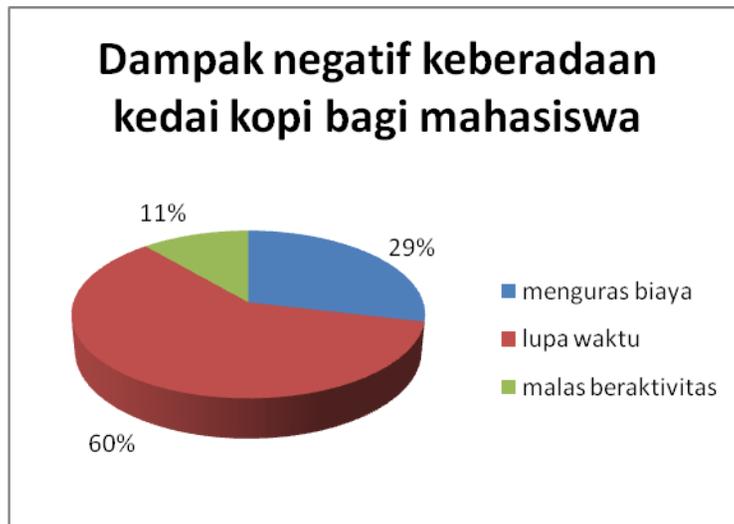
4.4.2. Dampak Negatif Kedai Kopi bagi Mahasiswa

Selain dampak positif terdapat dampak negatif keberadaan kedai kopi bagi mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menjadi lupa waktu. Dengan kata lain tujuan awal misalkan hanya untuk bertemu dengan teman membahas sesuatu, akhirnya karena terbawa suasana yang santai dan tersedianya fasilitas kedai kopi, maka menjadi lupa waktu. Berinteraksi dengan santai memang menyenangkan namun lupa waktu bisa mengakibatkan kegiatan lain mahasiswa menjadi tidak selaras, misalkan menjadi telat masuk kuliah, telat pulang ke rumah dan lain sebagainya (lihat Tabel 6).

Adanya keterbatasan biaya dapat menyebabkan penambahan pengeluaran mahasiswa yang dibebankan kepada orang tua, karena mayoritas mahasiswa belum bekerja

untuk mendapatkan penghasilan sendiri. Sebagian kecil menyatakan menjadi malas melakukan aktivitas yang lainnya. Berkaitan dengan lupa waktu, bila lupa waktu di maka akan menyebabkan mahasiswa 116 malas melakukan aktivitas yang lainnya. Bisa jadi faktor inilah yang menjadikan munculnya stigma negatif terhadap kedai kopi, bahwa orang yang sering ke kedai kopi adalah orang yang malas. Dan karena budaya minum kopi di kedai kopi adalah budaya Aceh, maka stigma negatif secara umum yang sering terdengar adalah orang Aceh adalah pemalas. Namun hal ini bukan menjadi sorotan bagi penelitian kami. Mahasiswa yang menjadi responden penelitian ini menyatakan berada dalam wilayah lupa waktu dan bukan berada di wilayah malas beraktivitas lainnya. Karena persentase pilihan malas beraktivitas yang lain adalah yang terkecil dipilih oleh mahasiswa.

Tabel 6. Dampak Negatif Mahasiswa ke Kedai Kopi



4.4.3. Dampak ke Kedai Kopi terhadap Indeks Prestasi Mahasiswa

Nilai IPK (Indeks Prestasi Kumulatif) rata-rata bagi mahasiswa sebelum sering beraktivitas ke kedai kopi adalah sebesar 3,00 dan IPK rata-rata setelah sering *nongkrong* di kedai kopi menjadi 3,10. Angka ini meningkat sebesar 0,10, namun pada tingkat kepercayaan 95 persen atau kesalahan 5 persen, maka IPK sebelum dan sesudah rutin di kedai kopi tidak berbeda. Berdasar uji F, IPK sesudah rutin beraktivitas di kedai kopi menunjukkan :

$$F(\text{hitung}) = 1,391 < F(\text{tabel}) = 3,06$$

Berarti nilai IPK sesudah rutin beraktivitas di kedai kopi tidak signifikan dengan sebelum rutin beraktivitas di kedai kopi atau tidak berbeda antara IPK sebelum dan sesudah rutin ke kedai kopi. Asumsi wawancara mengenai IPK adalah mahasiswa menjawab pertanyaan dengan jujur, karena sudah dilakukan pendekatan terlebih dahulu. Kelemahan dari penelitian ini adalah tidak adanya bukti fisik berupa lembaran KHS (Karu Hasil Studi) yang diberikan oleh responden, karena penelitian ini tidak dirancang bekerjasama dengan kampus untuk memperoleh KHS.

Nilai dari R adalah sebesar -0,166, ini menunjukkan adanya hubungan negatif antara IPK dengan frekuensi mahasiswa yang rutin ke kedai kopi, yaitu semakin banyak frekuensi ke kedai kopi maka semakin menurun IPK mahasiswa tersebut. Ini merupakan dampak negatif bila frekuensi ke kedai kopi hanya dibatasi oleh budget yang diberikan oleh orang tua untuk jajan.

Kesimpulan dan Saran

7.1. Kesimpulan

1. Kedai kopi dapat dijadikan sebagai tempat beraktivitas bagi mahasiswa, disinilah mahasiswa berinteraksi dan bersosialisasi satu sama lain. Dampak negatif yang muncul dari seringnya ke kedai kopi dapat diminimalisir dengan upaya preventif misalnya memberi pemahaman manfaat dan kelemahan dari berkunjung ke kedai kopi, membangun kesadaran diri bahwa sebagai *agent of change*, bahwa mahasiswa merupakan modal pembangunan sehingga memiliki tugas untuk mengembangkan diri menjadi kepribadian yang cerdas dan kritis serta beriman.
2. Berdasar hasil penelitian tidak ada perbedaan antara IPK (Indeks Prestasi Kumulatif) sebelum rutin ke kedai kopi dengan setelah rutin ke kedai kopi. Sedangkan uji relasi (R) menunjukkan hubungan negatif antara frekuensi ke kedai kopi dengan IPK artinya semakin banyak ke kedai kopi maka IPK akan menurun dan sebaliknya.

7.2. Saran

1. Kedai kopi dapat menjadi salah satu daya tarik Aceh bagi wisatawan lokal maupun mancanegara, karena merupakan budaya unik yang dapat menjadi perhatian banyak orang, sesuai dengan julukannya, “Negeri 1000 kedai kopi” sebagai

wilayah yang memiliki relatif banyak kedai kopi. Namun hal ini butuh perhatian dari pemerintah daerah, karena bicara tentang pariwisata merupakan satu kesatuan utuh yang tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lain. Termasuk komponen di dalamnya adalah mahasiswa.

2. Dengan memahami dampak positif dan negatif dari keberadaan kedai kopi, maka bagi mahasiswa yang rutin ke kedai kopi bila ingin menaikkan IPK disarankan agar menurunkan frekuensi kunjungan ke kedai kopi dengan menggantikan waktu tersebut pada hal-hal yang sangat menunjang kenaikan indeks prestasi seperti belajar.

Daftar Kepustakaan

Alimandan, 1992. *Sosiologi Berparadigma Ganda*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

117

Berger, Peter L dan Hanasfried Kellner, 1983. *Sosiologi Ditafsirkan Kembali*, LP3ES. Jakarta.

Berger, Peter L dan Thomas Luckman, 1985. *Tafsir Sosial Atas Realitas: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. LP3ES, Jakarta.

Berger, Peter L, 1991. *Langit Suci: Agama Sebagai Realitas Sosial*, LP3ES, Jakarta.

Basri, Hasan, 1995. *Remaja Berkualitas Problematika Remaja dan Solusinya*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Cambel, Tom. *Seven Theorities of Human Society*. Hardiman, Efendi, 1994. *Tujuh Teori Sosial*, Kanisius. Yogyakarta.

Chaney, David. 2004. *Life Style, Sebuah Pengantar Komprehensif*. Jalasutra. Bandung.

Effendi, Noer Tadjuddin, 1993. *Sumber Daya Manusia Peluang Kerja Dan*

Kemiskinan, PT Tiara Wacana, Yogyakarta.

Faisal, Sanapiah, 1992. *Format-Format Penelitian Sosial*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Gerungan, W.A, 1987. *Psikologi Sosial*, Eresco, Bandung.

Ibrahim, Idi Subandy (editor), 2005. *Lifestyle Ecstasy. Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Indonesia*. (kumpulan karangan). Jalasutra. Yogyakarta.

Manning, Chris dan Tadjuddin Noer Effendi (Penyunting), 1985. *Urbanisasi, Pengangguran, dan Sektor Informal di Kota* (bunga rampai). Gramedia. Jakarta.

Moleong, Lexy, 2004, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosda Karya, Bandung.

Milles dan Huberman, 1992, *Analisis Data Kualitatif*, UII Press, Yogyakarta.

Nasution, 1996, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, Tarsito, Bandung.

Ritzer, George, 2005. *Teori Sosial Postmodernisme*. Kreasi Wacana. Yogyakarta.

Ritzer, George, 2002. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Rajawali Pers. Jakarta.

Soekanto, Soerjono, 2002. *Mengenal Tujuh Tokoh Sosiologi*. Rajawali Pers. Jakarta

Soto, De Hernando, 1991. *Masih Ada Jalan Lain: Revolusi Tersembunyi di Negara Dunia Ketiga*. Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.