

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 BUDAYA MINUM KOPI DAN WARUNG KOPI TRADISIONAL DI KOTA MEDAN

Warung kopi adalah sebuah kios yang menyediakan menu berupa minuman kopi sebagai menu utama dan makanan ringan sebagai menu pendamping yang sering dikunjungi oleh masyarakat dengan berbagai latar belakang sosial budaya yang berbeda untuk sekedar berkumpul, berdiskusi, ngobrol santai, menghilangkan penat, wawancara, dan minum bersama untuk mendapatkan suatu informasi yang bermanfaat.

Warung kopi tidak hanya sekedar tempat nongkrong, bengong dan ngobrol sana-sini, melainkan sebagai tempat bertemunya masyarakat dengan berbagai lintas budaya ataupun masyarakat dengan berbagai macam latar belakang kehidupan sosial untuk melakukan sebuah interaksi dan komunikasi. Komunikasi yang dilakukan pastinya komunikasi yang menurut masyarakat bermanfaat bagi dirinya masing-masing. Hadirnya warung kopi ditengah-tengah masyarakat tidak terlepas dari budaya minum kopi. Sebab, salah satu faktor berkembangnya warung kopi selaras dengan perkembangan budaya minum kopi itu sendiri di kalangan masyarakat khususnya di wilayah Sumatera Utara.

4.1.1 Budaya Minum Kopi Masyarakat Indonesia

Di Indonesia, budaya minum kopi sudah menjadi kebiasaan masyarakat sejak zaman dahulu kala. Sebab, Indonesia menjadi salah satu negara penghasil biji kopi terbaik di dunia. Beberapa daerah yang terkenal dengan produksi biji kopinya

yaitu Aceh, Lampung, Sumatera Utara, Jawa, Ternate, Sulawesi dan Flores. Bahkan, biji-biji kopi terbaik yang berasal dari daerah tersebut banyak diekspor ke luar negeri.

Budaya minum kopi berkembang sejak pertama kali Sistem Tanam Paksa diberlakukan oleh Pemerintah Belanda, mulanya minum kopi merupakan kebiasaan yang dilakukan oleh pemerintah Belanda, namun seiring perkembangannya masyarakat Indonesia pun mulai gemar minum kopi. Baik dengan menyeduhnya sendiri di rumah ataupun dengan mendatangi warung-warung kopi.

Ngopi merupakan salah satu kebiasaan yang sering dilakukan oleh orang-orang pada umumnya. Seakan tradisi ini sudah melekat sebagai sebuah gaya hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh para pecinta dan penggemar kopi. *Ngopi* merupakan salah satu budaya yang tidak pernah lepas dari kehidupan masyarakat, khususnya masyarakat kota Medan. Bahkan saat ini keberadaan warung kopi semakin membudaya disela-sela aktivitas keseharian yang menjenuhkan.

Masyarakat Indonesia memiliki tingkat sosial yang tinggi, dimana ada waktu dan tempat maka akan diluangkan untuk sekedar bersosialisasi. Semua orang tertarik dengan kehidupan orang lain, hal itu terasa menyenangkan bila dilakukan bersama teman-teman, karena itu warung kopi atau cafe menjadi tempat bertukarnya informasi dan menjadi tempat berkumpul.

Pada dasarnya seduhan kopi khas Indonesia adalah kopi tubruk (serbuk kopi yang langsung diseduh menggunakan air panas), namun di beberapa daerah tertentu

banyak pecinta kopi yang telah memberikan sentuhan tambahan pada seduhan kopinya (Gumulya & Helmi, 2017: 157).

Budaya minum kopi pada zaman dahulu dengan budaya minum kopi pada masa sekarang telah mengalami banyak perubahan. Pada awalnya minum kopi biasanya hanya dilakukan oleh orang dewasa hingga usia lanjut dan biasanya didominasi oleh kaum pria akan tetapi dengan perkembangan zaman, saat ini kopi tidak lagi dikonsumsi oleh orang-orang dewasa. Kini hampir semua usia menjadi penikmat kopi, mulai dari remaja hingga orang dewasa bahkan manula. Bagi mereka, kopi adalah konsumsi harian dan merupakan bagian makanan dan minuman sehari-hari.

Berdasarkan wawancara yang telah penulis lakukan, ada yang menyatakan diri telah kecanduan kopi sehingga menjadikan minuman pahit yang memiliki aroma khas ini sebagai minuman wajib diwaktu-waktu senggangnya setiap hari. Beliau adalah Bapak Ario Wibowo, seorang wiraswasta berusia 35 tahun yang tidak pernah absen untuk minum kopi setiap harinya. Bahkan dalam satu hari bisa minum kopi lebih dari satu gelas. Beliau mengatakan bahwa:

“Jadi, kalau saya tidak ada tugas keluar kota saya setiap hari ada disini (Pos Kupa). Dan kebetulan saat ini sedang tidak ada job keluar kota, jadi saya cari-cari kegiatan lain. Nah kebetulan saya punya hobby dalam bidang photography, jadi kalau kesini itu selalu bawa laptop dan kamera. Ngopi sekaligus ngutak-ngatik laptop. Ngopi sekaligus ngelaksanain hobby lah kalau dibilang. Saya juga termasuk pecandu kopi. Jadi setiap hari itu harus minum kopi minimal satu gelas. Karena kalau gak minum kopi itu rasanya ada yang kurang, kepala saya itu seperti pening gitu. Makanya kalau saya lagi di sini itu bisa dari jam 07.00 pagi sampai sore baru pulang, sekalian saya edit-edit hasil jepretan saya disini. Kalau misalkan lapar disini kan ada nyediain sarapan, makan siang juga, makanya bisa tahan sampai berjam-jam disini. Dan kalau saya gak ngopi, rasanya fokus saya itu hilang. Kalau ngerjain editan photo gini, itu rasanya otaknya gabisa mikir gitu. Makanya saya ngejadiin kopi itu udah hampir kebutuhan.

Apalagi disini tempatnya nyaman dan kopinya itu sesuai dengan lidah saya.” (Pos KUPI, 17 November 2019)

Tidak hanya dari kaum lelaki saja yang banyak menjadi pecandu kopi, dari kalangan perempuan juga saat ini telah banyak yang menjadi pecandu minuman berwarna pekat ini. Salah satunya yaitu ibu Rose Purba, beliau berusia 36 tahun dan saat ini bekerja sebagai Supervisor di **“Jumpa Kawan Cafe”**. Beliau mengatakan hal yang hampir sama dengan yang diutarakan oleh Bapak Ario Wibowo, bahwa:

“Kalo saya itu malah setiap hari harus minum kopi. Karna kalau saya tidak minum kopi rasanya itu kurang sempurna hidup saya. Bahkan saya suka kopi itu sejak saya masih gadis. Tapi memang saya lebih suka kopi sachet dibandingkan kopi mesin, karena kopi mesin terlalu strong untuk saya, kadang bisa pening kalau kita minum kopi mesin itu. Tapi kalau pas lagi nongkrong di cafe ataupun coffee shop saya mau juga sesekali cobain kopi mesin”. (Jumpa Kawan Cafe, 17 November 2019).

kedua hasil wawancara penulis diatas dapat menjadi sampel bahwa inilah kondisi para pecinta kopi saat ini. 7 dari 38 jumlah responden yang penulis wawancarai mengaku menjadi pecinta kopi berat, dimana mereka wajib minum kopi setiap hari. Penulis hanya mencantumkan hasil wawancara dua saja, dikarenakan jawaban dari 5 lainnya hampir sama. Kelima responden lainnya yaitu:

1. Rosmailani Chairunnisa (35 tahun), seorang guru dan karyawan swasta di SD Swasta PAB 27 Medan.
2. Riza Syahri Yasmana (32 tahun), seorang pebisnis dan beliau juga ketua Komunitas Driver Online Darussalam.
3. Deni Banurea (25 tahun), seorang pegiat lingkungan alumni S1 Pertanian USU.
4. Marzuki (33 tahun), seorang supervisor di The Coffee Crowd.

5. Ikhsan (28 tahun), seorang pedagang.

Dari hasil wawancara dengan seluruh informan diatas, penulis menganalisis bahwa kandungan kafein dalam kopi berhasil membuat banyak orang menjadi candu. Selain itu menyeruput secangkir kopi dapat menghadirkan semangat baru dan sumber inspirasi bagi penikmatnya. Hal inilah yang kemudian menjadi salah satu alasan semakin berkembangnya budaya minum kopi pada masyarakat khususnya dewasa ini. Sebab masyarakat merasakan manfaat tersendiri ketika menyeruput secangkir kopi, terlebih lagi ketika dilakukan di warung kopi.

Tingginya minat masyarakat dalam menikmati kopi atau sekedar bersantai di gerai kopi, menjadikan gerai kopi semakin ramai bermunculan di berbagai kota-kota besar di Indonesia, salah satunya kota Medan. Dan pergeseran makna dari warung kopi pun mulai terjadi.

4.1.2 Warung Kopi Tradisional di Kota Medan

Warung-warung kopi mulai bermunculan seiring dengan semakin terkenalnya kopi hasil produksi masyarakat Indonesia dan semakin berkembangnya budaya minum kopi di kalangan masyarakat. Minum kopi sudah mulai dilakukan di warung-warung kopi tidak lagi di rumah. Terlebih lagi di kota Medan, budaya minum kopi di warung kopi sangat melekat pada diri masyarakat.

Warung kopi tradisional adalah warung kopi yang masih utuh berjalan dari tahun 90-an hingga sekarang. Namun dekorasi tempatnya masih seperti biasa bahkan tidak mewah sama sekali dibandingkan dengan warung kopi modern seperti sekarang (Fikri, 2018). Biasanya warung kopi ini banyak ditemukan di daerah perkampungan atau pedesaan. Namun bukan berarti di daerah perkotaan tidak

ditemukan. Di daerah perkotaan warung kopi tradisional juga ada, namun jumlahnya tidak sebanyak warung kopi yang sudah mendapat pengaruh modernisasi. Dan biasanya untuk di daerah perkotaan, letak warung kopi tradisional berada di pinggiran kota. Warung kopi tradisional ini pun tidak terlalu eksis dibandingkan dengan warung kopi modern yang banyak menjamur saat ini.

Berbicara mengenai sejarah warung kopi tradisional di kota Medan, maka tidak terlepas dari beberapa kedai kopi legendaris yang ada di kota Medan yakni kedai kopi Apek, Kopi Tiam Ong, Kedai Kopi Kurnia, dan Kedai Kopi Baba. Keempat warung kopi tradisional ini memiliki daya tarik dan ciri khas tersendiri di hati masyarakat, sehingga masih tetap memiliki banyak pengunjung sampai saat ini.

1. Kedai Kopi Apek

Kedai kopi Apek terletak di Jl. Hindu No. 110 Kesawan, Kota Medan, tepat di depan pasar Hindu, di samping Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Medan. Kedai kopi Apek sudah ada sejak tahun 1919 dan masih eksis hingga saat ini. Kedai kopi Apek didirikan oleh *Thia Tjo Lie* atau yang lebih dikenal dengan sebutan Apek. Nama Apek diambil dari bahasa Tionghoa yang artinya kakek.

Saat ini, kedai kopi Apek dikelola oleh generasi ketiga, yaitu ibu Suyenti. “Tidak ada yang berubah dengan kedai kopi ini” ucap Yuni Sarumaha, yakni seorang pegawai kedai kopi Apek yang telah bekerja selama 9 tahun di kedai kopi Apek. Terlihat jelas bahwa tidak banyak yang berubah dari kedai kopi Apek. Mereka begitu menjaga dan mempertahankan ciri khas dari kedai kopi Apek sejak pertama dibuka hingga saat ini baik dari segi bangunan, menu yang disajikan, proses pembuatan bahkan hingga cita rasanya tidak banyak yang berubah.

Disambangi di tempat ia bekerja, yakni di kedai kopi Apek, Yuni Sarumaha menjelaskan apa yang menyebabkan kedai kopi Apek masih tetap ramai pengunjung hingga saat ini. Beliau mengatakan bahwa:

“Salah satu faktor yang menjadikan kedai kopi Apek masih bertahan hingga saat ini saya rasa karena kopinya. Kopi yang dijual disini itu beda dari yang dijual ditempat lain. Tapi itu kata para pelanggan sih, jadi 90% pelanggan disini (kedai kopi Apek) bilang kopi kita enak dibanding kopi yang lain. Sering juga pelanggan yang berasal dari luar daerah khusus singgah kesini ntuk nikmati kopi disini. Stasiun-stasiun televisi juga beberapa kali pernah ngeliput kedai kopi ini. Untuk kopi yang dijual hanya ada satu sih, kopi sidikalang aja. Kopi sidikalang yang dipakai juga campuran antara jenis kopi arabika dan kopi robusta. Terus kenapa bisa seenak itu, hanya pemilik lah yang tau, karena itu kan resep turun temurun keluarga. Dan cita rasa dari kopi itu yang terus dipertahankan hingga saat ini, makanya kedai kopi ini tetap banyak peminatnya. Bahkan untuk pelanggan disini itu, mereka adalah memang benar-benar pelanggan setia. Jadi kalau selama satu tahun itu ada 365 hari, ya berarti selama setahun itu mereka kesini 365 kali juga. Artinya setiap hari mereka minum kopi disini, kecuali kalau mereka pergi keluar kota atau keluar negeri. Selain mempertahankan cita rasa kopi, kedai kopi ini juga mempertahankan desain tempat. Untuk desain ruangan ini gak ada yang berubah sih, masih tetap seperti pertama dibuka dulu.” (Kedai Kopi Apek, 22 November 2019).

Hasil analisis penulis berdasarkan hasil wawancara diatas yaitu meskipun sudah dikelola oleh generasi ketiga, cita rasa kopi Apek tidak berubah sama sekali, tetap khas dan gurih. Hal inilah yang menjadikan kedai kopi Apek masih tetap eksis dan selalu ramai dikunjungi hingga saat ini. Selain cita rasa kopi, ruangan dengan luas 5 x 4 m tersebut masih sama persis sebagaimana pertama kali dibangun. Desain interior, kursi kayu lawas dan beberapa ornamen khas Tionghoa lainnya turut memperindah ruangan tersebut. Tidak ada yang berubah dengan ruangan tersebut. Sebab sang pemilik memang tidak mau merubah apapun dengan kedai kopi tersebut.

terdapat pengunjung yang hanya sekedar menikmati secangkir kopi saja tanpa makanan pendamping apapun. Dan biasanya pengunjung kedai kopi Apek yang tergabung dalam satu meja belum tentu saling mengenal. Lebih seringnya, mereka akan saling berkenalan karena dipertemukan pada meja yang sama saat menikmati secangkir kopi.

Mayoritas pengunjung yang datang ke kedai kopi Apek, wajahnya sudah familiar dan dikenali oleh pegawai yang bekerja. Diantara para pengunjung yang setia kembali ke kedai kopi Apek, ada yang sudah datang sejak puluhan tahun yang lalu. Bahkan ada pelanggan yang sudah menjadi pelanggan setia sejak masih muda hingga lanjut usia. Tidak banyak menu yang ditawarkan di kedai ini, hanya ada 10 sajian menu yang ditawarkan, yaitu kopi susu dingin, kopi susu panas, kopi hitam, teh tarik, roti bakar, roti kukus, telur setengah matang dan beberapa menu tambahan lain seperti milo, coklat dan es lemon tea.

Semua menu yang ditawarkan di kedai kopi Apek pada dasarnya merupakan menu favorite pengunjung, karena memang pilihan menu yang disajikan juga tidak begitu banyak. Namun ada satu sajian kopi yang paling diminati oleh pengunjung yaitu Kopi Susu Dingin. Biasanya yang menjadi peminat kopi susu dingin merupakan kaum hawa. Walaupun kedai kopi Apek masih tergolong sebagai kedai kopi tradisional, namun jumlah pengunjung kaum laki-laki dan pengunjung kaum perempuan tidak jauh berbeda. Rentang usia para pelanggan yaitu dari 20 tahun – 60 tahun.



Gambar 4.2 Kopi Susu Dingin, Menu Favorit Kedai Kopi Apek

Gambar diatas merupakan salah satu sajian kopi yang paling diminati oleh pengunjung kedai kopi Apek, yakni kopi susu dingin. Kopi susu dingin ini dibandrol dengan harga Rp 36.000,- per gelas. Apabila dibandingkan dengan kedai kopi tradisional lainnya, kopi susu dingin dengan harga segitu mungkin termasuk dalam kategori ‘mahal’, kecuali kopi susu dingin tersebut dijual di coffee shop ataupun sejenis cafe lainnya. Namun apabila dinilai dari cita rasanya, dengan harga Rp 36.000,- per gelas maka akan sebanding dengan nikmatnya sajian kopi tersebut yang memang benar-benar memiliki cita rasa yang khas.

Penulis sendiri telah membuktikan nikmatnya kopi susu dingin sajian khas kedai kopi Apek ini. Perpaduan antara kopi sidikalang dengan jenis robusta dan

arabika menghasilkan cita rasa pekat yang begitu nikmat ketika diseruput. Ditambah lagi dengan campuran es dan susu, menjadikan minuman pekat ini begitu segar dinikmati disiang hari. Walaupun ditambah dengan susu dan es, tekstur kopinya masih benar-benar kental dan begitu kuat rasanya.

Terdapat banyak keunikan dari kedai kopi ini. Dimana kebanyakan kedai kopi lainnya berusaha untuk mengikuti perubahan zaman yang ada untuk bisa tetap eksis dan menambah pengunjung, namun kedai kopi Apek tetap mempertahankan ketradisionalannya. Karena bagaimanapun, nilai historis dan value dari secangkir kopi tradisional tidak bisa tergeserkan oleh jenis kopi kekinian ataupun tempat *ngopi* yang modern.

Kedai kopi Apek buka setiap hari dari pukul 06.00 hingga pukul 14.00 WIB. Namun kalau sudah pukul 11.00 WIB biasanya pegawai sudah siap-siap membersihkan kedai kopi tersebut karena dari pukul 11.00 WIB biasanya sudah tidak ada pengunjung lagi yang datang. Kedai kopi ini ramai pengunjung pada pagi hari saja yakni sejak pukul 06.00 hingga pukul 10.00 WIB. Mayoritas pelanggan adalah orang-orang Tionghoa. Dan tujuan mereka ke kedai kopi ini memang untuk minum kopi sekaligus sarapan pagi kemudian pergi bekerja. Biasanya pelanggan kedai kopi Apek adalah pegawai kantoran, PNS, bos-bos besar, dan pengusaha.

Hal unik lainnya yang terdapat pada kedai kopi legendaris ini yaitu, hingga saat ini kedai kopi Apek masih setia menggunakan tungku kayu bakar. Penyajian roti bakar tidak menggunakan mesin pemanggang melainkan dibakar langsung di atas tungku kayu tradisional. Ciri khas itulah yang masih terus dipertahankan di

zaman modern saat ini. Selain itu, serikaya yang terdapat pada roti bakar juga diracik sendiri oleh sang pemilik dengan resep turun temurun keluarga.

Selain menjadi salah satu ikon kota Medan, kedai kopi Apek ternyata selalu menjadi tujuan utama bagi orang-orang pecinta kopi yang berasal dari luar daerah yang secara kebetulan sedang berada di kota Medan. Seperti orang-orang dari Jakarta, Bandung, Singapura dan beberapa negara lainnya. Selain itu, kedai kopi Apek juga beberapa kali pernah di liput oleh beberapa stasiun televisi swasta yang ada di Indonesia.

Dewasa ini, warung kopi tradisional mulai ditinggalkan oleh sebagian orang. Dengan berbagai alasan, mereka lebih memilih untuk menikmati secangkir kopi dengan fasilitas lengkap di warung kopi modern. Tidak banyak warung kopi tradisional yang masih tetap eksis hingga saat ini dan mampu bersaing di pasaran. Hanya warung kopi yang memiliki cita rasa dan sesuatu yang khas yang tetap menjadi tujuan utama para pecinta kopi, entah itu dari rasa kopinya, aroma khas kopi yang disajikan, sajian menu, atau nuansa dari warung kopi tradisional itu sendiri.

2. *Kopi Tiam Ong*

Kopi Tiam Ong terletak di Jalan Doktor Mansyur No. 39. Kopi Tiam Ong terkenal karena sajian kopi klasik yang bermacam-macam dan menu pendamping yang bercita rasa lezat. Dilansir dari artikel online detikfood, diketahui bahwa Kopi Tiam Ong sudah ada sejak tahun 1968. Pemilik sekaligus penggagas dari pada warung kopi tradisional ini yaitu Ong Sun Ching (Rahmawati: 2017).

Tiam Ong merupakan satu dari beberapa warung kopi tradisional di kota Medan yang masih mempertahankan desain yang klasik namun sudah memiliki variasi menu yang lebih beragam dan modern. Menu yang tersedia seperti, kopi tubruk, kopi ong klasik, kopi ong klasik susu, kopi ong madu klasik, kopi talua khas Bukittinggi, hingga es kopi blended modern. Selain itu, terdapat pula menu sajian pendamping seperti pisang goreng, roti bakar dan selat popiah. Tiam Ong memiliki sebuah filosofi yang cukup unik, yakni “Minum Cangkir Pertama Sebagai Orang Asing, Cangkir Kedua Sebagai Teman, dan Cangkir Ketiga Sebagai Saudara”.



Gambar 4.3 Warung Kopi Tiam Ong
Sumber : kopiongmedan.wordpress.com

Gambar diatas menunjukkan suasana warung kopi Tiam Ong. Apabila diperhatikan dengan lebih detail, maka akan ditemukan beberapa kesamaan antara warung kopi tiam ong dengan kedai kopi Apek. Dimulai dari desain interior, kursi kayu lawas dan beberapa ornamen khas Tionghoa lainnya. Kursi kayu yang tersedia sangat mirip dengan bentuk kursi kayu yang ada di kedai kopi apek, selain itu

bentuk mejanya juga sama-sama bundar. Yang membedakan yaitu ukuran ruangnya, ukuran ruangan kedai kopi tiam ong lebih luas dibandingin dengan luas kedai kopi apek. Selain itu susunan meja dan kursinya terlihat lebih rapi di kedai kopi tiam ong.

3. Kedai Kopi Kurnia

Kedai kopi Kurnia terletak di Jl. Mayor Jenderal Sutoyo Siswomihardjo. Kedai kopi Kurnia cukup terkenal dan masih ramai pengunjung hingga saat ini karena menyediakan cita rasa kopi tubruk khas Medan yang harum. Tidak jauh berbeda dengan beberapa warung kopi legendaris lainnya, kedai kopi Kurnia juga menyediakan menu pendamping kopi berupa roti panggang srikaya home made dan telur ayam kampung setengah matang. Selain itu terdapat juga aneka menu berat, yakni mie hokkien dan kwetiau goreng.

4. Kopi Baba

Kedai kopi Baba terletak di Jl. Kesawan No. 36 Medan Barat. Kedai kopi ini sudah berdiri sejak 1983. Ada hal yang cukup menarik dari kedai kopi ini dimana terdapat banyak galeri foto tahun 90-an yang terpajang di dalam kedai kopi Baba. Terkenal karena memiliki sajian menu andalan yaitu kopi coklat tarik yang aromanya sangat semerbak, kedai kopi Baba masih eksis hingga saat ini. Selain kopi, kedai ini juga menyediakan teh tarik, jus kerturi hingga lime squash. Menu berat juga ada, seperti mie goreng yang masih menjadi menu andalan, mie ayam lada hitam, dan nasi ayam lada hitam. Dilihat dari sajian menu, kedai kopi Baba sudah memiliki sajian menu masa kini.

4.2 LATAR BELAKANG HADIRNYA WARUNG KOPI MODERN

Ketika mendengar tentang warung kopi modern, dapat dipastikan yang terlintas di pikiran kita yaitu cara membuat kopinya dengan menggunakan mesin, fasilitas yang sediakan lengkap dengan dekorasi ruangan yang indah, unik dan mewah, selain itu harga kopinya juga pasti mahal. Tepat sekali, ciri-ciri yang telah disebutkan diatas merupakan sebagian dari karakteristik warung kopi modern. Saat ini warung kopi modern menjelma di tengah-tengah kita dengan desain interiornya yang begitu memukau bahkan membuat pelanggan jatuh hati kepada warung kopi modern. Sebab warung kopi modern tidak hanya sekedar menjual minuman kopi, tetapi juga menjual suasana dan kenyamanan.

Hal tersebut didukung oleh pendapat beberapa ahli mengenai konsep modern, seperti Soejono Soekanto dan Wilbert E. Moore. Soejono Soekanto mendefinisikan modern sebagai sebuah perubahan sosial yang terarah (*directed change*) yang didasarkan pada perencanaan yang biasa dinamakan *social planning*. Modernisasi merupakan suatu persoalan yang harus dihadapi masyarakat yang bersangkutan karena prosesnya meliputi bidang-bidang yang sangat luas, menyangkut proses disorganisasi, problema-problema sosial, konflik antarkelompok, hambatan-hambatan terhadap perubahan, dan sebagainya (Soekanto & Sulistyowati, 2014:302).

Sejalan dengan definisi modern diatas, Wilbert E. Moore (dalam Soekanto, 2014:301) juga mengartikan modern mencakup suatu transformasi total kehidupan bersama yang tradisional atau pra modern dalam arti teknologi serta organisasi

sosial ke arah pola-pola ekonomis dan politis yang menjadi ciri negara-negara barat yang stabil.

Berdasarkan pendapat dari kedua ahli diatas mengenai konsep ‘modern’, penulis menganalisis bahwa modern adalah sebuah fenomena perubahan yang terencana dari sistem yang bersifat tradisional menuju ke arah sistem kekinian yang lebih baik dan lebih maju dengan melibatkan seluruh aspek kehidupan manusia baik aspek ekonomi, sosial, politik, pendidikan, teknologi dan lainnya. Sedangkan untuk proses perubahan yang terjadi tersebut dikatakan sebagai *Modernisasi*. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa modernisasi adalah proses perubahan dari cara-cara tradisional ke cara-cara baru yang lebih maju, dimana dimaksudkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Di kota-kota besar tidak sulit untuk menemukan warung kopi modern, selain kopinya enak tempatnya pun sangat nyaman sehingga dari orang tua sampai remaja selalu menyempatkan waktu untuk duduk nongkrong sambil berselfie dalam warung kopi modern (Fikri, 2017).

4.2.1 Warung Kopi Modern di Kota Medan

Sebagai minuman yang telah dikenal sejak ribuan tahun lalu dan digemari masyarakat hampir di seluruh dunia, tren dan industri kopi terus bergerak dan berevolusi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi kopi masyarakat dan memenuhi hasrat terhadap cita rasa maksimal dari secangkir kopi (Hamdan & Sontani, 2018:138).

Warung kopi modern di kota Medan mulai muncul sejak tahun 2000-an dan terus berkembang hingga saat ini. Berdasarkan penelitian yang telah penulis

lakukan, sedikitnya terdapat 4 faktor yang melatar belakangi hadirnya warung-warung kopi modern di kota Medan, yaitu:

1. Pengaruh Kopi Instan

Kopi Instan mulai muncul sejak akhir abad ke-19 yang ditandai dengan munculnya berbagai produk kopi kemasan dalam bentuk sachet ataupun dalam bentuk kaleng. Sidewalk (2019:8) mengatakan bahwa kopi instan pada awal-awal kemunculannya memiliki *image* dimana warnanya hitam dan bercita rasa *strong* serta *bitter*, penikmat kopi *sachet* dapat menambahkan gula atau susu jika ingin menutupi rasa pahit kopi yang dominan. Salah satu merek kopi instan yang terkenal pada awal-awal munculnya trend ini yaitu seperti Nescafe dan kopi Kapal Api. Kopi instan ini pun masih tetap eksis hingga saat ini, bahkan banyak merek-merek baru yang mulai bermunculan dengan berbagai inovasi-inovasi baru dalam pengemasannya. Kepraktisan dalam penyajiannya, menjadikan kopi instan sebagai jembatan pertama untuk orang-orang yang awalnya tidak menyukai kopi, mulai mau mencoba minum kopi. Namun lambat laun masyarakat mulai menyadari akan kualitas kopi instan.

Buruknya kualitas kopi yang diproduksi secara massal dalam bentuk kopi instan memunculkan kesadaran para penikmat kopi dan perilaku industri kopi. Mulai muncullah warung-warung kopi baik dengan konsep tradisional maupun yang sudah mendapatkan sentuhan modern. Tidak terkecuali, di kota Medan mulai tumbuh satu persatu warung kopi dengan konsep dan gaya yang modern. Dengan hadirnya warung-warung kopi modern ini, beberapa masyarakat yang mengonsumsi kopi instan mulai beralih mengonsumsi kopi yang disajikan di warung-warung kopi.

Walaupun kualitas kopi instan sangat jauh dan tidak sebanding dengan kopi-kopi yang tersedia di warung-warung kopi modern, tetapi nyatanya sampai saat ini kopi instan masih memiliki banyak peminat. Kopi instan telah berhasil membuat semakin banyak orang menikmati dan menyukai kopi. Contohnya saja Ibu Rose Purba (36 tahun), seorang supervisor “*Jumpa Kawan Cafe*”. Berdasarkan wawancara dengan beliau diketahui bahwa beliau sudah menjadi penyuka kopi sejak beliau masih gadis. Dan yang membuat beliau suka minum kopi yaitu karena hadirnya kopi *sachet*. Dan saat ini beliau wajib setiap harinya minum kopi *sachet*, minimal satu kali satu hari.

2. *Hadirnya Gerai Kopi Starbucks*

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Hariki Sadewa Putra yang merupakan seorang Supervisor Starbucks Coffee yang berada di Lapangan Merdeka kota Medan, diperoleh informasi seputaran gerai kopi yang saat ini banyak digandrungi oleh masyarakat, khususnya generasi millennial yakni Starbucks Coffee. Beliau mengatakan bahwa:

“Starbucks pertama kalinya didirikan pada tahun 1971 tepatnya di Seattle, Amerika Serikat. Awalnya Starbucks dibuka di *Pike Place Market*, Pike Place Market ini adalah tempat seperti pasar gitu tempat orang-orang berjualanlah. Awalnya Starbucks didirikan oleh 3 orang, yaitu Zev, Jerry, dan Gordon. Setelah itu mereka (pendiri Starbucks) membuka toko pada tahun 1971. Menu yang dijual hanya kopi dan teh. Kemudian Starbucks mulai berkembang dan 3 kali mengalami pergantian logo. Setiap 5 tahun sekali Starbucks juga selalu melaunchingkan (mengeluarkan/meluncurkan) program-program baru seperti program kopi master, support centre juga ada, dan masih banyak lagi.

Saat ini, Starbucks juga tidak hanya menjual minuman kopi saja, tetapi juga ada makanan. Yang banyak itu, jenis makanan *Western* sih seperti *Sandwich* dan *Croissants*, ada juga makanan Asia namanya *Peanut Butter Panini*. Nah selain itu, kita juga ada jual *merchandise* dalam bentuk tumbler, gelas dan juga *tote bag*. Untuk wilayah kota Medan sendiri saat ini terdapat

12 gerai kopi Starbucks.” (Starbucks Coffee Merdeka Walk, 21 November 2019)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, penulis menganalisis bahwa *Starbucks Corporation* adalah sebuah perusahaan kopi dan jaringan kedai kopi global asal Amerika Serikat yang didirikan pada tahun 1971 dan berkantor pusat di Seattle, Washington. Pada awalnya, Starbucks didirikan oleh tiga rekanan yaitu Jerry Baldwin seorang guru bahasa Inggris, Zev Siegl seorang guru sejarah dan Gordon Bowker seorang penulis. Saat ini Starbucks adalah perusahaan kedai kopi terbesar di dunia. Inovasi-inovasi terus dilakukan oleh Starbucks untuk memenuhi kepuasan para pelanggannya. Yang awalnya konsep Starbucks hanyalah menjual minuman kopi dan teh saja, namun kini telah banyak varian menu yang ditawarkan. Mulai dari minuman panas dan dingin, biji kopi, salad, sandwich, kue kering dan camilan. Selain menu makanan, juga tersedia beberapa jenis *merchandise* seperti gelas, tumbler dan tote bag yang bergambarkan logo dari Starbucks itu sendiri. Harga dari *merchandise* yang ditawarkan termasuk harga diatas rata-rata, karena Starbucks tidak sekedar menjual barang saja, tetapi juga menjual brand.

Tahun demi tahun Starbucks semakin mengembangkan sayapnya ke berbagai negara di seluruh penjuru dunia dengan menambah jumlah store-nya, baik di mal maupun gedung perkantoran. Sidewalk (2019:3) menyatakan bahwa sejak dibeli oleh Howard Schultz pada tahun 1987, saat ini Starbucks telah memiliki lebih dari 20.000 kedai kopi di 61 negara. Terkhusus di Indonesia pada tahun 2018, tercatat sudah lebih dari 300 Starbucks *Coffee Store* yang tersebar. Sedangkan untuk wilayah kota Medan, tercatat ada 12 gerai kopi.

Sidewalk dalam bukunya yang berjudul “**Barista #Nocingcong**” juga memaparkan mengenai perjalanan singkat Starbucks di Indonesia dan hubungannya dengan hadirnya warung-warung kopi modern saat ini. Beliau mengatakan bahwa:

“Tepat pada tahun 2002, Starbucks membuka *store* pertamanya di Plaza Indonesia Jakarta dan Tunjungan Plaza Surabaya. Tanpa disangka, Starbucks langsung memperoleh sambutan yang luar biasa dari masyarakat Indonesia. Hal yang paling banyak dibicarakan bukan sekadar rasa kopi atau *varian* menu-menunya, melainkan harga kopi yang dijualnya dianggap sangat mahal. Secara umum, masyarakat Indonesia kala itu cukup kaget dengan 1 gelas kopi yang dibandrol dengan harga Rp 30.000. harga tersebut dianggap cukup fantastis jika dibandingkan dengan kopi tubruk di warung ataupun kopi instan *sachet* dengan kisaran harga Rp 5.000.

Tentunya hal tersebut memicu rasa penasaran, sehingga banyak orang mencoba untuk menggali informasi lebih banyak tentang alasan Starbucks mematok harga semahal itu. Namun, seiring berjalannya waktu dan semakin banyak pengetahuan yang dimiliki, beberapa orang mulai sadar bahwa kopi yang berkualitas memanglah tidak murah harganya. Kehadiran Starbucks yang mengusung tren *ngopi* dengan suasana yang lebih nyaman juga menginspirasi beberapa pihak untuk menghadirkan *coffee shop* lokal. Pada awal kemunculannya, *coffee shop* lokal memiliki konsep hampir mirip dengan Starbucks. Kemudian, berkembang dan berlomba-lomba untuk menyajikan kopi yang dianggap lebih enak dan lebih benar, baik dari segi kualitas maupun cara pembuatannya (Sidewalk, 2019:2-3).”

Ternyata pendapat dari Sidewalk diatas, didukung oleh hasil wawancara dan hasil observasi yang telah penulis lakukan. Hasil wawancara penulis dengan Bapak Jaya Pranata, diketahui bahwa dalam mengusung konsep *coffee shop* yang dimilikinya, ternyata beliau meniru konsep dari Starbucks. “Sebenarnya, kita sangat meniru konsep Starbucks, mereka (Starbucks) menjadi panutannya kita dari perencanaan pertama dalam membuka *coffee shop* ini sampai dengan hari ini” ujar pemilik Me & Coffee Works tersebut.

Dan benar saja, ketika penulis melakukan observasi terhadap *coffee shop* yang dimiliki oleh Bapak Jaya Pranata, konsepnya tidak jauh berbeda dengan

konsep gerai kopi Starbucks. Dimulai dari pelayanan waiters yang selalu menanyakan nama pengunjung setiap kali ada pengunjung yang datang, tetapi kalau pelanggan yang sudah beberapa kali pernah berkunjung biasanya waiters sudah kenal dan ingat nama pelanggan tersebut. Kemudian penggunaan musik yang slow dengan volume yang tidak terlalu keras. Lalu konsep dalam penggunaan meja dan kursi untuk para pelanggan, ada yang menggunakan meja panjang dimana semua pelanggan dapat bertemu dalam satu meja walaupun mereka tidak saling mengenal, namun ada juga meja yang terpisah. Terdapat area *smooking* dan area *no smooking*. Disetiap meja juga terdapat banyak colokan yang berguna untuk memudahkan pelanggan ketika sedang mengerjakan sesuatu ataupun sedang butuh aliran listrik untuk sekedar *mencharger*.



Gambar 4.3 Starbucks Coffee Lapangan



Gambar 4.4 Me and Coffee Works

Dapat dilihat langsung pada kedua gambar diatas antara Starbucks dengan Me and Coffee Works. Terdapat banyak kesamaan antara keduanya. Dimana sama-sama terdapat meja panjang dengan ukuran lumayan besar yang terdiri dari beberapa buah kursi, dimana tujuan adanya meja besar dan panjang ini untuk mempertemukan orang yang tidak saling kenal dalam satu meja sambil menikmati secangkir kopi. Dan tidak sedikit yang kemudian saling berkenalan ketika bertemu di satu meja. Selain itu terdapat juga meja-meja kecil yang hanya terdiri dari 2 ataupun 3 kursi saja. Dimana biasanya orang-orang yang memilih meja ini biasanya memiliki obrolan privasi tersendiri ataupun obrolan-obrolan lain yang tidak ingin di dengar oleh orang lain. Kemudian terdapat colokan sebanyak kursi yang ada, hal ini untuk menghindari rebutan antara pengunjung yang satu dengan yang lainnya. Sajian menu yang juga bisa dibilang mirip. Dan lainnya.

Semua konsep dari Me and Coffee Works yang penulis sebutkan diatas benar-benar mirip dengan konsep pada gerai Starbucks. Yang sedikit membedakan yaitu dari segi harga. Me and Coffee Works sengaja membandrol harga menu-menu sajiannya 20% dibawah harga Starbucks. Nah ini menjadi salah satu daya tarik tersendiri untuk para pelanggannya. Dimana pelanggan bisa minum kopi dengan

kualitas kopi yang sama dengan Starbucks, kemudian dengan nuansa *store* yang hampir mirip namun dengan harga yang lebih murah.

Ngomongin kopi memang tidak terlepas dari hadirnya gerai kopi Starbucks, sebuah *brand* internasional dari Seattle, Amerika Serikat yang dapat dikatakan hingga saat ini menjadi salah satu perusahaan *chain coffee shop* terbesar di dunia. Suka atau tidak suka, dianggap enak atau tidak, faktanya Starbucks Coffee telah memberi pengaruh besar pada dunia kopi Indonesia khususnya kota Medan dan tetap memiliki penggemar dari berbagai kalangan hingga saat ini. Tentu saja dengan hadirnya Starbucks telah mengubah *image* kopi menjadi simbol gaya hidup di dunia modern.

Apabila dibandingkan antara warung kopi tradisional dengan gerai kopi Starbucks yang merupakan gerai kopi modern, maka akan ditemukan banyak sekali perbedaannya. Perbedaan inilah yang pada akhirnya menjadi daya tarik pada masyarakat sehingga merasa nyaman dan senang berlama-lama di warung kopi modern, salah satunya Starbucks. Warung kopi tradisional tidak menyediakan fasilitas yang ada di warung kopi modern. Menu pendamping di warung kopi tradisional tidak bermacam-macam dan cara penyajian kopi yang sangat berbeda.

3. Nikmatnya Kopi Aceh dan Kopi Khas Sumatera Utara

Kopi lokal Indonesia tak kalah kualitasnya dengan kopi dari negara lain. Bahkan, sudah diakui posisinya sebagai salah satu penghasil kopi terbaik dan terenak di dunia. Hal tersebut tidak terlepas dari peranan tiap daerah yang menjadi sentra perkebunan kopi. Salah satunya yaitu Aceh dan Sumatera Utara. Kedua provinsi ini bahkan memiliki kopi yang sudah mendunia karena cita rasanya.

Untuk kopi Aceh sendiri yang terkenal yaitu kopi Gayo yang berasal dari dataran tinggi Gayo. Sedangkan dari Sumatera Utara sedikitnya ada 4 kopi yang sangat diminati, yakni kopi Lintong yang berasal dari Tapanuli Utara, kopi Mandailing yang berasal dari Mandailing, kopi Sidikalang dan kopi Sipirok. Ternyata dengan mendunianya kopi-kopi yang telah disebutkan diatas memberikan pengaruh terhadap hadir dan berkembangnya warung-warung kopi modern dewasa ini. Rasa penasaran masyarakat terhadap jenis-jenis kopi tersebut kerap kali menjadikannya selalu dicari dan diincar para pecinta dan juga penikmat kopi. Tidak terkecuali para generasi millennial saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ario Wibowo, salah satu pengunjung setia Pos Kupa yang juga merupakan seorang pecandu kopi Aceh mengatakan bahwa:

“Menurut saya, selaku pecinta kopi, saya melihat bahwa fenomena *ngopi* ataupun *nongkrong* di warung kopi modern yang saat ini banyak digandrungi anak-anak muda itu seperti ngikutin trend kebarat-baratan. Ya kita lihat aja seperti di Starbucks, kemudian Max Coffee. Siapa yang banyak berkunjung kesana? Saya rasa yang lebih banyak itu mereka yang ingin menikmati suasananya dibandingkan dengan pecinta kopinya sendiri. Jadi makanya pengaruh hadirnya Starbucks itu menjadi salah satu faktor juga, mengapa banyak warung-warung kopi modern yang bermunculan yang berusaha untuk meniru konsep Starbucks. Tapi selain itu, saya juga melihat adanya pengaruh dari kopi Aceh. Kebetulan saya adalah seorang pecinta kopi Aceh dan disini itu (Pos Kupa) udah hari-hari jadi kopi Aceh itu udah pas banget di lidah saya. Kopi Aceh itu enak, banyak orang Sumatera Utara khususnya pecinta kopi di kota Medan ini yang seperti saya. Maksudnya kalo mau *ngopi*, yang jadi bahan pertimbangan pertama itu ya jenis kopi dan rasa dari kopinya, bukan dari tempatnya dulu. Walaupun pemilihan tempat juga penting. Nah secara geografis, Medan dengan Aceh kan juga berdekatan. Banyak kemudian pengusaha kopi dari Aceh yang membuka cabang warung kopi di kota Medan ini. Nah, itu kan jadi salah satu faktor juga semakin banyaknya jumlah warung-warung kopi modern di sini.” (Pos Kupa, 17 November 2019)

Hasil wawancara diatas didukung oleh hasil observasi yang telah penulis lakukan. Penulis melakukan observasi ke warung kopi modern yang menjadi lokasi penelitian dan beberapa warung kopi modern lainnya yang sebelumnya pernah penulis kunjungi. Warung-warung kopi modern yang terdapat di kota Medan biasanya punya menu kopi andalan yang tak jarang pada akhirnya menjadi ciri khas dari warung kopi tersebut. Ada yang menggunakan kopi produksi lokal, kopi produksi luar daerah, kopi produksi luar negeri, atau bahkan dengan menggabungkan beberapa jenis kopi dari daerah produksi yang berbeda-beda. Contohnya, Kopi Toast Cafe yang punya sajian menu kopi yaitu Sumatera Mandailing, Java (300 Years of Age), Celebes Toraja, Bali Kintamani, Rasuna, Aceh Gayo Luwak dan masih banyak lagi. Dari nama-nama sajian menu kopi tersebut pengunjung akan dapat langsung mengetahui kopi tersebut berasal dari daerah mana saja. Kemudian Me & Coffee Works juga memiliki tiga jenis kopi andalan, yaitu Gayo Mandailing, Kopi Toraja dan Kopi Bali. Tak jarang beberapa warung kopi modern menggabungkan dua atau lebih jenis kopi untuk mendapatkan cita rasa kopi yang lebih nikmat dan khas.

Dari 4 warung kopi modern di kecamatan Medan Baru yang menjadi tempat penelitian penulis, kesemuanya menyediakan jenis kopi Gayo. Kopi Gayo memang sangat mudah untuk ditemukan di warung-warung kopi modern, coffee shop ataupun cafe-cafe lainnya di kota Medan. Dengan alasan cita rasanya yang nikmat dan aromanya yang khas menjadikan kopi Gayo begitu mendunia dan begitu familiar di lidah masyarakat kota Medan.

Tidak kalah nikmat dengan kopi Aceh Gayo, kopi khas Sumatera Utara juga memiliki banyak penikmat. Terlebih lagi kopi ini kopi lokalnya Sumatera Utara, sehingga banyak tersedia di warung-warung kopi modern di kota Medan.

Dengan semakin terkenal dan mendunianya kopi hasil produksi Aceh dan Sumatera Utara ini, penulis melihatnya sebagai salah satu faktor berkembangnya warung-warung kopi modern yang ada di kota Medan. Banyak pengusaha yang kemudian menjadikan kesempatan ini menjadi sebuah peluang usaha. Dimana masyarakat sudah begitu mengenal jenis kopi tersebut dan bahkan tak jarang yang menjadikan kopi sebagai candu. Lalu hadirilah para pengusaha kopi yang memberikan kemudahan kepada para pecinta dan penikmat kopi untuk lebih mudah dalam menikmati secangkir kopi yang diinginkan dengan cara membuka warung, gerai ataupun kedai kopi dengan konsep yang unik dan pastinya dibubuhi dengan nuansa modern.

4. *Gaya Hidup Masyarakat Kota*

Gaya hidup adalah pola tingkah laku seseorang dalam kehidupan sehari-hari di dalam masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern, tanpa sadar menggiring masyarakat kepada kehidupan yang cukup berbeda dari sebelumnya. Kehidupan yang lebih mengarah kepada kesenangan duniawi, kehidupan yang menjadikan manusia menjadi lebih konsumtif, dan kehidupan yang lebih berpusat kepada pengakuan status sosial seseorang.

Hadirnya gaya hidup modern pada masyarakat perkotaan telah melahirkan kebiasaan-kebiasaan baru dalam kehidupan sehari-hari, salah satu contohnya yaitu budaya *nongkrong*. Ketertarikan kaum muda terhadap fenomena budaya nongkrong

saat ini menjadi salah satu faktor munculnya warung-warung kopi modern di kota Medan. selain itu hadirnya warung-warung kopi bernuansa modern di kota-kota besar lainnya atau bahkan diluar negeri, juga berimbas kepada kuantitas warung kopi modern di kota Medan. Hal ini tidak terlepas dari peran media sosial, internet dan televisi dalam mempromosikan budaya *nongkrong* di warung kopi kepada masyarakat luas. Akhirnya tren ini pun semakin merebak dan banyak diikuti oleh masyarakat luas khususnya masyarakat yang hidup didaerah perkotaan.

Karena itu tidak heran jikalau saat ini banyak kita temukan orang pergi ke warung kopi tetapi bukan untuk minum kopi. Karena konsep warung kopi modern saat ini juga sudah di desain sedemikian rupa agar lebih kekinian dan banyak di minati oleh semua kalangan tidak hanya oleh para pecinta kopi saja. Warung kopi modern bahkan kini telah menjadi tempat ketiga bagi kaum muda untuk menghabiskan waktunya, sebab telah dianggap sebagai tempat yang mempunyai kelas tersendiri dengan menawarkan suasana yang nyaman, santai, mewah, adanya wi-fi dan fasilitas lainnya yang dapat membuat kaum muda betah berlama-lama ditempat itu.

Semakin kompleksnya aktivitas masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan, ntah itu tuntutan pekerjaan, sekolah, kuliah ataupun lainnya menjadikan seseorang lebih mudah lelah dan bosan. Untuk itu, mereka butuh sebuah ruang dimana mereka bisa mengurangi kepenatan dan lelah akibat aktivitas sehari-hari itu. Akhirnya warung kopi modern menjadi salah satu alternatifnya. Dengan sarana dan prasarana yang lengkap seperti yang telah disebutkan diatas telah berhasil menarik hati masyarakat sehingga merasa betah berlama-lama di warung kopi modern, ntah

itu untuk sekedar menyeruput secangkir kopi, berdiskusi, atau hanya sebagai *nongkrong* seperti wifi-an ataupun main game online.

4.3 PERKEMBANGAN WARUNG KOPI MODERN DI KOTA MEDAN

Di kota Medan, gerai kopi merupakan salah satu tempat yang mudah ditemukan dan tergolong paling ramai dikunjungi orang baik di pagi hari, siang maupun malam hari. Dengan beragam istilah, konsep dan penamaan seperti, kedai kopi, warung kopi, *coffee house*, *cafe*, *coffee shop*, dan beberapa penamaan lainnya menjadi tempat alternatif bagi masyarakat kota Medan untuk bersosialisasi dan berinteraksi. Meskipun dengan beragam istilah dan konsep, namun kesemuanya memiliki kesamaan yakni menjual kopi dan menu pendamping lainnya sehingga penamaan tersebut dapat disatukan dalam sebuah istilah umum yakni warung kopi. Namun warung kopi yang dimaksud bukanlah warung kopi tradisional melainkan warung kopi yang sudah mendapatkan sentuhan perubahan zaman yakni modernisasi. Sejak tahun 2000-an keatas, warung-warung kopi modern mulai hadir di kota Medan dan terus mengalami perkembangan hingga saat ini.

Perkembangan warung-warung kopi modern saat ini atau biasa juga disebut dengan *cafe*, *coffee shop*, *coffee house* dan lainnya tidak terlepas dari perkembangan produksi kopi itu sendiri. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, diketahui bahwa perkembangan kopi di Indonesia mengalami kenaikan produksi yang cukup pesat dari tahun ke tahun. Kualitas kopi Indonesia juga tidak kalah dengan kualitas kopi dari negara lain. Hal tersebut terbukti dari banyaknya kopi yang berasal dari beberapa daerah di Indonesia yang terus di ekspor ke luar negeri.

4.3.1 Daerah Penghasil Kopi di Sumatera Utara

Sumatera Utara merupakan provinsi dengan tingkat produksi kopi Arabika tertinggi di Indonesia. Berdasarkan informasi yang di peroleh dari Outlook Kopi, Pusdatin Pertanian, Kementerian Pertanian (2015) Sumatera Utara menjadi provinsi produsen kopi ketiga terbesar di Indonesia. 32,05% Kopi arabika di Indonesia di produksi di Sumatera Utara, dengan nilai ekspor 105.137 ton/tahun.

Di wilayah Provinsi Sumatera Utara sebagian besar jenis kopi yang tumbuh adalah jenis Arabika. Kabupaten penghasil kopi arabika terbaik dari Indonesia berada di Kabupaten Tapanuli Utara – Kopi Lintong, Kabupaten Mandailing – Kopi Mandailing, dan Kabupaten Gayo – Kopi Gayo. Terdapat dua kabupaten di Sumatera Utara yang banyak mengalami perluasan areal perkebunan kopi, yakni Kabupaten Simalungun dan Kabupaten Samosir. Pada tahun 2006, luas areal perkebunan kopi di Provinsi Sumatera Utara sekitar 51.044 hektare dengan jumlah produksi mencapai 41.709 ton/tahun (Panggabean, 2019:46).

Tabel 4.1 Daerah-daerah Penghasil Kopi di Wilayah Sumatera Utara

No	Kabupaten	Kecamatan	Jenis Kopi
1	Tapanuli Utara	Pangaribuan	A
		Siborongborong	A
		Pahae	A
		Adiankoting	A
2	Toba Samosir	Balige	A
		Laguboti	A
		Silaen	A
		Lumban Julu	A
3	Samosir	Simanindo	A
		Pangururan	A
		Ronggur ni Huta	A
4	Humbang Hasundutan	Lintong ni Huta	A
		Dolok Sanggul	A
		Saribu Dolok	A
		Tiga lingga	A
5	Simalungun	Simalungun	A

		Dolok Pardamean	A
		Dolok Pangribuan	A
		Paneitonga	A
		Pintu Angin	A
		Girsang Sipangan Bolon	A / R
6	Dairi	Sidikalang	A / R
		Sumbul	A / R
		Buntu Raja	A / R
		Parbuluan	A / R
		Sitinjo	A / R
7	Karo	Tiga Binangah	A / R
		Merek	A / R
8	Mandailing Natal	Penyabungan	A
		Muara Sipangi	A
		Pakantari	A
9	Tapanuli Selatan	Sipangimbar	A
		Mardugu	A
10	Pakpak Bharat	Kerajaan	A

(Sumber: Panggabean, 2019)

Keterangan: A = Arabika R = Robusta

Catatan: Total luas area di Provinsi SUMUT diperkirakan 85.459 ha

Berdasarkan data tabel diatas diketahui bahwa terdapat 34 kecamatan yang menjadi sentra penghasil kopi di Sumatera Utara. 34 kecamatan tersebut berasal dari 10 kabupaten. 75% dari seluruh sentra penghasil kopi di Sumatera Utara membudidayakan jenis kopi Arabika. Sedangkan sisanya membudidayakan jenis kopi Arabika dan Robusta. Hanya terdapat 8 kecamatan yang membudidayakan jenis kopi robusta, yakni kecamatan Girsang Sipangan Bolon di kabupaten Simalungun, Kecamatan Sidikalang, Sumbul, Buntu Raja, Parbuluan, dan Sitinjo yang terdapat di kabupaten Dairi lalu kecamatan Tiga Binangah dan Merek yang terdapat di kabupaten Karo.

4.3.2 Perkembangan Warung Kopi Modern dari Tahun ke Tahun di Kota Medan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Jaya Pranata yakni seorang Barista sekaligus founder beberapa *coffee shop* di kota Medan yang pernah meraih juara kedua pada kompetisi *Indonesia Aeropress Championship 2017*, melihat perkembangan warung-warung kopi modern di kota Medan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Beliau mengatakan bahwa:

“Mulai menjamurnya warung kopi modern khususnya di kota Medan itu kalau saya perhatikan baru beberapa tahun belakangan ini aja ya. Info ini saya dapatkan dari penjual mesin kopi di toko Satelit yang berada di jalan Pemuda. Dimana beliau mengatakan bahwa setiap bulannya terjadi peningkatan penjualan mesin kopi. Nah, ketika terjadinya peningkatan pada mesin kopi yang dijual artinya kan terjadi peningkatan juga terhadap hadirnya warung-warung kopi modern ataupun *coffee shop* baru di kota Medan. Walaupun tidak semua mesin kopi yang terjual itu digunakan pada warung-warung kopi modern, ada yang juga yang beli mesin kopi untuk dibuat dirumah sendiri. Tapi lebih banyaknya biasanya untuk bisnis kopi sih. Dan kalau menurut saya, kemunculan warung kopi modern dibawah tahun 2017 itu ibaratnya buka 3 tutup 1. Sedangkan untuk sekarang, buka 4 tidak ada yang tutup.” (Me & Coffee Works, 08 November 2019)

Ternyata pendapat dari Bapak Jaya Pranata diatas didukung oleh data yang diperoleh penulis dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan (2019). Berdasarkan data yang diperoleh diketahui bahwa terdapat 282 warung kopi modern di kota Medan yang terdata memiliki NPWP saat ini.



Grafik 4.1 Perkembangan Warung Kopi Modern di Kota Medan



(Sumber: Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, 2019)

Berdasarkan grafik diatas, terlihat jumlah pertumbuhan warung kopi modern cenderung mengalami kenaikan dan penurunan di tahun 2006-2013. Pada tahun 2009 sama sekali tidak ada dibuka warung kopi modern baru. Sedangkan dari tahun 2013 hingga tahun 2019 terus mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Dan pertumbuhan warung kopi modern di kota Medan terbanyak terjadi pada tahun 2019 dengan jumlah 83.

Berdasarkan hasil wawancara dan data yang diperoleh dari Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan diatas, maka penulis menganalisis bahwa jumlah warung kopi modern di kota Medan terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Jumlah warung kopi modern yang terdata di kota Medan sebanyak 282, walaupun kenyataannya dilapangan sudah pasti lebih banyak dari jumlah tersebut.

Tahun 2019 merupakan puncak daripada banyaknya warung-warung kopi modern baru yang hadir disekitar kita. Bertambahnya jumlah warung kopi modern dikota Medan seolah menggambarkan semakin bertambahnya pecinta kopi dan pengguna warung kopi modern itu sendiri. Penulis sengaja memisahkan antara pecinta kopi dengan pengunjung warung kopi modern, karena memang kedua subjek tersebut tidak lah sama. Sebab, belum tentu semua orang yang datang ke warung kopi memiliki tujuan yang sama yaitu untuk minum kopi. Bahkan dewasa ini lebih banyak pengunjung yang datang ke warung kopi modern hanya untuk sekedar menikmati suasana, fasilitas dan kenyamanan dari warung kopi modern itu sendiri. Hal ini tidak terlepas daripada gaya hidup masyarakat perkotaan.

Dikutip dari artikel online Kumparan (2018) menyatakan bahwa “bukan tanpa alasan, peningkatan jumlah kedai kopi ini dibarengi dengan adanya pergeseran budaya dalam mengonsumsi kopi. Terlepas dari banyaknya anggapan bahwa *coffee shop* tren semata, nyatanya *ngopi* di kedai dan gerai kopi malah menjadi kebiasaan baru di zaman serba modern ini”. Penulis sendiri melihat pergeseran budaya dalam menikmati kopi ini merupakan hal yang wajar. Dan dapat kita lihat bahwa perkembangan fenomena hadirnya warung-warung kopi modern ini cukup menarik. Dulu, orang menikmati kopi dengan cara yang sederhana, yakni hanya dengan menyeduh kopi bubuk dengan air panas, dan hal ini dapat dilakukan sendiri dirumah. Lalu muncul kebiasaan menikmati kopi sambil berkecengkrama bersama teman di warung kopi. Dan saat ini kebiasaan tersebut telah naik tingkat, yakni menikmati secangkir kopi yang diracik langsung oleh para barista profesional

di *Coffee shop, cafe* ataupun warung kopi modern dengan pelengkap berupa makanan pendamping dan tempat yang lebih modern.

Selain dikarenakan bertambahnya pecinta kopi & pengunjung warung kopi, kemudian pergeseran budaya dalam mengonsumsi kopi, faktor lain yang menyebabkan fenomena hadirnya warung kopi modern semakin berkembang di kota Medan yaitu kualitas biji kopi yang semakin baik dan jenis kopi yang semakin beragam. Perkembangan ilmu pengetahuan khususnya tentang budi daya kopi mendorong para petani mulai peduli dengan kualitas kopi yang dihasilkan. Perawatan demi perawatan, pemupukan dan pengelolaan kebun kopi mulai dilakukan oleh para petani. Dari usaha tersebut dihasilkanlah kualitas biji kopi terbaik dan jenis kopi yang beragam. Hal ini jelas menjadi peluang bagi pengusaha yang memang tertarik dan paham tentang dunia kopi. Pengusaha kopi hadir bagaikan sebuah jembatan untuk memudahkan pecinta kopi dalam menikmati secangkir kopi dengan kualitas terbaik lengkap dengan suasana dan tempat yang nyaman.

4.3.3 Perkembangan Warung Kopi Modern tiap Kecamatan di kota Medan

Kota Medan yang merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia, terdiri dari 21 kecamatan. Berdasarkan data mengenai warung kopi modern yang terdapat pada Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan tahun 2019, warung kopi modern terlama yang masih buka hingga saat ini terdapat di Jalan Metal III, Kelurahan Tanjung Mulia, Kecamatan Medan Deli. Warung kopi tersebut terdaftar sebagai wajib pajak sejak 02 Oktober 2006. Kemunculan warung kopi modern terus terjadi setiap tahunnya dan mulai menyebar hampir keseluruhan kecamatan yang ada.

Sedikitnya penulis berhasil memperoleh data mengenai jumlah warung kopi modern di 19 kecamatan dari 21 kecamatan yang ada di kota Medan.

Tabel 4.2 Daftar jumlah warung kopi modern tiap Kecamatan
di Kota Medan tahun 2006-2019

No	Kecamatan	Jumlah Warung Kopi
1	Medan Baru	26
2	Medan Area	15
3	Medan Timur	20
4	Medan Barat	25
5	Medan Polonia	26
6	Medan Sunggal	28
7	Medan Kota	30
8	Medan Marelan	5
9	Medan Petisah	43
10	Medan Johor	14
11	Medan Maimun	15
12	Medan Selayang	20
13	Medan Helvetia	7
14	Medan Deli	2
15	Medan Perjuangan	1
16	Medan Denai	2
17	Medan Tuntungan	1
18	Medan Tembung	1
19	Medan Belawan	1
	Total	282

(Sumber: Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, 2019)

Sampai tahun 2019, sedikitnya terdapat 282 warung kopi modern yang tersebar di 19 kecamatan yang ada di kota Medan. Kecamatan yang memiliki warung kopi terbanyak yaitu kecamatan Medan Petisah dengan jumlah 43. Kemudian diikuti oleh kecamatan Medan Kota dengan jumlah 30, Medan Sunggal dengan jumlah 28 dan seterusnya. Terdapat pula 4 kecamatan yang hanya memiliki 1 warung kopi modern yang terdaftar sebagai wajib pajak di BPPRD kota Medan yaitu kecamatan Medan Perjuangan, Medan Tuntungan, Medan Tembung dan

Medan Belawan. Di kecamatan Medan Baru sendiri terdapat 26 warung kopi modern yang tersebar di 6 kelurahan.

Berdasarkan observasi yang telah penulis lakukan, dari 282 warung kopi modern yang ada di kota Medan sebenarnya dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis yakni mulai dari warung kopi pinggiran, kelas menengah, sampai menengah atas yang sering dijadikan pengusah hingga pejabat sebagai tempat berkumpul sambil menikmati secangkir kopi lengkap dengan sajian menu pendampingnya. Walaupun warung kopi modern yang ada dapat diklasifikasikan kedalam beberapa jenis, namun tidak ada klasifikasi kelas bagi pengunjung warung kopi tersebut. Yang menjadi pembeda hanya dari segi tempat, kenyamanan, harga menu yang disediakan dan fasilitas yang ada. Semua orang atau semua kalangan memiliki hak yang sama untuk menjadi pengguna warung kopi selama ia sanggup membayar sebesar dengan yang ia beli dari warung kopi tersebut.

Tabel 4.3 Daftar Warung Kopi Modern di Kecamatan Medan Baru
(Lokasi Penelitian)

No	Kelurahan	Nama Badan	Alamat	Tahun Berdiri
1	Petisah Hulu	Burn Coffee	Jl. Iskandar Muda No. 202-202A	24-10-2019
2	Petisah Hulu	Massa Kok Tong	Jl. Iskandar Muda No. 7	29-08-2018
3	Petisah Hulu	Laurence Coffee	Jl. Petula No. 2A	21-03-2017
4	Petisah Hulu	Flow Yoga & Coffee	Jl. Majapahit No. 1 C	27-09-2018
5	Petisah Hulu	Kulo	Jl. S. Parman	12-08-2019
6	Petisah Hulu	Oase Cafe	Jl. Mataram No. 21	05-11-2019
7	Petisah Hulu	Meat Suka	Jl. S. Parman No. 3	09-07-2019
8	Petisah Hulu	Sosmed Cafe	Jl. Abdullah Lubis No. 8/20	05-03-2019
9	Petisah Hulu	Kian & Kie	Jl. Hasanuddin No. 9	18-07-2019
10	Babura	CV. Jumpa Kawan Cafe	Jl. Wahid Hasyim No. 23/58	17-02-2017

11	Babura	The Gade Coffee & Gold	Jl. Sei Bahorok No. 2	26-04-2019
12	Babura	Cafe Potret	Jl. Wahid Hasyim No. 90	05-11-2015
13	Babura	Chillax White Coffee	Jl. KH Wahid Hasyim No. 38	06-12-2018
14	Babura	Me & Coffee Works	Jl. Wahid Hasyim No. 18	19-07-2019
15	Merdeka	Killiney	Jl. Dr. Mansyur Komp. RS USU	31-07-2017
16	Merdeka	Sada Coffee	Jl. Sei Bahorok No. 19	07-08-2018
17	Merdeka	Cafe Classic	Jl. Abdullah Lubis No. 79/99	09-07-2015
18	Merdeka	Omerta Koffie	Jl. Wahid Hasyim No. 9	02-11-2016
19	Merdeka	My Burger Coffee	Jl. Sei Petani No. 18/24	23-06-2016
20	Merdeka	SS Coffee	Jl. Abdullah Lubis No. 9B	14-08-2019
21	Titi Rante	Bojack	Jl. Pasar Baru No. 34	22-10-2019
22	Darat	Warung Koffie Batavia	Jl. Kapt. Pattimura No. 342	13-04-2018
23	Darat	Dr s Koffie	Jl. S . Parman No. 56	01-10-2012
24	Padang Bulan	Pos Kupi	Jl. Dr Mansur No. 83	31-01-2019
25	Padang Bulan	Bloum Coffee	Jl. Pasar Baru No. 55	12-08-2019
26	Padang Bulan	Kopi Toast Cafe	Jl. Dr. Mansyur No. 76	28-02-2019

(Sumber: Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, 2019)

Warung kopi modern terlama dan yang masih berdiri hingga saat ini di kecamatan Medan Baru ada di kelurahan Darat dengan nama Dr S Koffie yang berada di Jl. S. Parman No. 56, dibuka sejak tahun 2012. Kemudian menyusul dibukanya Cafe Classic dan Cafe Potret pada tahun 2015. Pada tahun 2016 juga dibuka 2 warung kopi modern yaitu Omerta Koffie dan My Burger Coffee. Selanjutnya pada tahun 2017, 2018 dan 2019 berturut-turut dibuka 3, 5, dan 13 warung kopi modern. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa setiap tahunnya terjadi peningkatan terhadap hadirnya warung-warung kopi modern di kecamatan Medan Baru.

4.3.4 Daya Tarik Warung Kopi Modern

Daya tarik menjadi salah satu hal yang mendorong warung kopi tetap eksis hingga menjadi tempat favorit bagi sebagian masyarakat untuk sekedar *ngopi* atau melakukan beberapa kegiatannya di warung kopi modern. Setiap warung kopi modern memiliki daya tarik tersendiri dalam memikat hati masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Kamal Rufiadi (53 tahun) yang merupakan pengunjung Pos Kupa menurut beliau bahwa yang menjadi daya tarik Pos Kupa yaitu kenyamanan. Beliau mengatakan bahwa:

“Kalau kita perhatikan tiap cafe kopi itu beda-beda ya daya tariknya. Tapi kalau untuk Pos Kupa ini saya rasa nyaman dan juga bersih. Memang disini ribut, tapi ributnya itu tertib. Ributnya juga karena pengunjungnya memang banyak, bisa kita lihat hampir seluruh meja kan penuh itu. Untuk makanannya menurut saya *all in one*. Untuk kopinya saya suka.”

Berbeda dengan Ibu Yona (52 tahun) yang juga merupakan pengunjung Pos Kupa. Kalau menurut beliau daya tarik Pos Kupa itu lebih kepada sajian menu makanan dan juga harganya. Beliau mengatakan bahwa:

“Saya tertariknya lebih ke makanannya ya, artinya disini menu andalannya kan kopi, namanya aja udah *Pos Kupa*, tapi makanan yang lain itu juga tersedia. Seperti makanan ringan, makanan berat sampai menu minumannya juga bervariasi. Kalau menurut saya itu sih yang paling buat warung kopi ini ramai pengunjung. Karna menu makanannya banyak. Kita mau makan apa aja ada dan tinggal pilih. Untuk harga juga termasuk standar, artinya terjangkau lah. Makanya juga banyak mahasiswa kan disini, karna terjangkau itu sih kalo menurut saya.”

Hal yang sama juga diutarakan oleh Armada (24 tahun) yang merupakan pengunjung Pos Kupa juga. Walaupun pada saat itu merupakan kali pertama beliau berkunjung ke Pos Kupa, tetapi ia sudah tertarik dengan sajian menu yang disediakan. “Saya baru pertama kalinya ini sih kesini (Pos Kupa), menurut saya

daya tarik dari Pos KUPI ini dari segi pelayanannya. Pelayanannya ramah,” ungkap Armada. Lebih lanjut, beliau juga menambahkan “selain itu dari segi makanannya juga, untuk makanan pendampingnya saya rasa cocok, sajian menu juga banyak,” imbuhnya.

Sedangkan menurut Bapak Jaya Pranata, yang menjadi daya tarik dari *coffee shop* yang ia miliki yaitu lebih kepada sarana dan prasarana juga pelayanannya. Beliau mengatakan bahwa:

“Kalau menurut saya daya tarik dari Me and Co itu adanya wi-fi. Itu sih hal yang pertama kalau menurut saya, karena yang datang kesini kan mereka gak hanya sekedar minum kopi aja, banyak yang mereka itu sambil kerja jadi pastinya butuh jaringan internet yang lancar. Kemudian selain wi-fi, adanya colokan yang banyak, dapat dilihat langsung disetiap meja terdapat colokan masing-masing. Setelah itu tempatnya yang nyaman. Musik kita juga tidak keras, jadi pengunjung yang sambil kerja gak terlalu terganggu. Ada kan beberapa *coffee shop* ataupun cafe yang pakai musik lumayan keras, nah kalau kita enggak. Dan daya tarik yang terakhir itu para barista yang ngangenin sih, hehe.”

Tidak jauh berbeda dengan yang diungkapkan oleh Bapak Jaya Pranata, menurut Inriyana, Enjelin dan Intan bahwa daya tarik dari warung kopi modern yang mereka kunjungi yaitu dari segi pelayanan, fasilitas dan promo-promo yang ada. Berikut pemaparan mereka:

“Kalo menurut kita sih, daya tarik dari Starbucks ini tempatnya brandid ya, pelayanan juga bagus, ramah banget malahan, selain itu tempatnya nyaman. Kita juga disini kan sekalian ngerjain tugas, gak hanya nongkrong-nongkrong gitu aja jadi kita butuh tuh yang namanya wi-fi, dan disini wi-fi nya itu kenceng banget. Nah makanya kita bisa tahan berjam-jam duduk disini sambil ngerjain aktivitas kita masing-masing walaupun hanya beli satu cangkir minuman aja. Jadi fasilitas dan pelayanan itu penting banget sih, itu yang buat kita bisa betah untuk lama-lama disini. Selain itu ada satu lagi daya tarik yang lain yaitu promo-promo yang sering diadakan Starbucks. Kalo kita bertiga sih emang gak terlalu sering ya nongkrong di warung kopi moder kaya gini. Karna kan masih mahasiswa, jadi kadang disesuaikan sama kondisi keuangan juga. Tapi kalau misalkan ada promo-

promonya nah kita sering tuh disini, soalnya promonya itu biasanya beli satu dapet dua, kan lebih hemat buat kita, gitu sih”.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah penulis lakukan pada pengunjung, pegawai maupun pemilik warung kopi modern, penulis menyimpulkan sedikitnya terdapat 6 hal yang menjadi daya tarik pada warung kopi modern:

a. Tersedia Jaringan Internet

Tidak dapat dipungkiri, bahwa dalam arus globalisasi saat ini kebutuhan akan internet semakin tinggi. Baik itu untuk pendidikan, bisnis, ataupun sekadar untuk hiburan. Internet sudah begitu menyatu dalam kehidupan sehari-hari dan tak bisa lepas. Segala macam kebutuhan dan informasi sangat mudah untuk didapatkan melalui jaringan internet. Maka dari itu, tersedianya jaringan internet di warung kopi yang mudah untuk diakses oleh seluruh pengunjung menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat untuk datang ke warung kopi. Bahkan hampir seluruh warung kopi modern yang ada di kota Medan saat ini menyediakan jaringan internet yang mudah diakses oleh seluruh pengunjungnya.

b. Nyaman

Kenyamanan pengunjung menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan bagi pengusaha warung kopi modern. Biasanya kesan pertama kali pengunjung datang menjadi penentu keberlanjutan orang tersebut untuk mau datang lagi atau tidak. Ketika pengunjung merasa nyaman dengan warung kopi modern yang ia datangi, tidak menutup kemungkinan ia akan datang kembali dikemudian hari.

Memang untuk membeli sebuah kenyamanan harus ada pengorbanan. Mau tidak mau kita harus merogoh kocek yang agak tinggi untuk dapat menikmati suasana yang lebih nyaman (Utami, 2018). Biasanya tempat yang memiliki kenyamanan yang baik akan membandrol harga menu yang disediakan lebih tinggi dari harga standarnya. Sebab, dalam membeli menu tersebut pengunjung tidak hanya sekedar mendapatkan menu yang dibeli tetapi juga mendapatkan kenyamanan.

c. *Cita Rasa Kopi*

Dewasa ini, kopi telah menjadi bagian dari rutinitas bagi para pecinta kopi. Dalam mengawali hari atau bahkan ketika mengakhiri sebuah pekerjaan orang akan menyeruput kopi. Cita rasa yang eksotis begitu menghipnotis para pecintanya. Aroma khas yang berasal dari secangkir kopi beradu ketika bibir menyeruputnya, dan secara alamiah akan menghasilkan kenikmatan tersendiri bagi yang menikmatinya.

Dilansir dari Kompasiana, diperoleh informasi bahwa saking cintanya dengan kopi. Kopi pun diangkat menjadi film layar lebar, sebut saja film “Filosofi Kopi”. Filosofi kopi merupakan sebuah kisah tentang pencarian jiwa dan perjalanan masa lalu melalui kopi. Sebuah film yang menceritakan dua sahabat (seorang barista) yang diperankan oleh Chico Jeriko yang berperan sebagai Ben, dan Rio Dewanto yang berperan sebagai Jodi yang sangat pandai meramu kopi. Keduanya membangun kedai Filosofi Kopi. Sebuah kedai kopi terkemuka di Jakarta dan menyediakan kopi terbaik di Indonesia. Karena kopi yang mereka suguhkan enak, kedai kopi ini pun ramai dikunjungi pengunjung (Pratama, 2018).

Jelaslah bahwa cita rasa kopi yang disuguhkan pada setiap warung kopi modern menjadi daya tarik bagi penikmat kopi. Sebab, banyak penikmat kopi saat ini yang tidak hanya sekedar menyeruput kopi, tetapi berusaha untuk mencari tahu bagaimana cara memetik kopi hingga meracik kopi dengan cara khas masing-masing sehingga menghadirkan cita rasa yang spesial di lidah setiap penikmatnya.

d. Makanan Pendamping

Sambil menikmati secangkir kopi, tentu akan terasa sangat nikmat jika ditemani camilan atau makanan pendamping lainnya. Makanan pendamping dari minuman yang mengandung kafein ini ada beragam varian. Bahkan tidak jarang di warung-warung kopi modern ditemukan makanan pendamping kopi berupa makanan berat, biasanya konsep ini terdapat pada cafe-cafe. Sedangkan pada *coffee shop* biasanya hanya sekedar makanan ringan saja, seperti cake, cookies, roti bakar dan sandwich. Dan hal ini menjadi salah satu daya tarik dari warung kopi modern. Dimana, untuk mereka yang bukan pecinta kopi biasanya ketika mengunjungi warung kopi modern akan mempertimbangkan beberapa hal selain cita rasa kopi, dan salah satunya yaitu dari segi makanan pendampingnya. Bagi mereka yang suka dengan makanan berat maka akan memilih warung kopi modern yang menyediakan makanan berat. Sedangkan untuk mereka yang lebih suka dengan sajian makanan berupa camilan akan lebih memilih warung kopi modern yang menyediakan makanan tersebut dan pastinya dengan mempertimbangkan cita rasa dari camilannya juga.

e. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang dimaksud pada warung kopi modern tidak jauh berbeda dengan pengertian kenyamanan pada warung kopi modern. Sebab keduanya saling berkesinambungan. Dimana seorang pengunjung bisa merasa nyaman ketika sarana dan prasarana yang tersedia sesuai yang diinginkan. Seiring dengan semakin banyak bermunculan warung kopi modern yang saling bersaing untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka yang perlu diperhatikan adalah bagaimana menciptakan keunikan tersendiri pada warung kopi modern tersebut, agar dapat memberikan kepuasan kepada para pengunjung yang datang. Salah satunya bisa dengan melakukan sebuah terobosan dan inovasi baru terhadap sarana dan prasarana yang ada.

Sarana dan prasarana yang dimaksud dapat berupa tersedianya tempat shalat, kamar mandi yang bersih, tempat parkir yang memadai, meja dan kursi yang nyaman untuk digunakan, tersedianya musik, jaringan internet yang lancar, tersedianya pendingin ruangan, tersedianya ruangan khusus area *smoking* dan ruangan *no smoking*, colokan listrik yang banyak dan masih banyak lagi. Dan hal ini menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi masyarakat dalam memilih warung kopi modern yang akan dikunjungi.

f. Pelayanan

Pelayanan juga merupakan salah satu hal yang dapat menentukan ramai atau tidaknya pengunjung pada suatu warung kopi modern kedepannya. Karena pelayanan akan menjadi salah satu kunci untuk memikat banyak pengunjung sehingga menjadikannya tetap ramai diminati oleh masyarakat. Minat beli ulang

pengunjung akan terbentuk setelah melakukan kunjungan dan pembelian pada suatu warung kopi modern. Dan dalam proses pembelian tersebut akan terjadi interaksi antara pengunjung dengan karyawan, pegawai ataupun para barista. Ketika pelayanan yang diberikan merupakan pelayanan terbaik berupa sikap yang ramah dan *wellcome*, maka dapat dipastikan pengunjung tersebut akan datang kembali dilain waktu. Walaupun standar kepuasan pengunjung sangat bervariasi dan tergantung dengan preferensi masing-masing, namun pelayanan merupakan salah satu alat pengukur dalam mengetahui tingkat kepuasan pengunjung.

4.3.5 Kelompok Usia Pengunjung Warung Kopi Modern

Perkembangan warung-warung kopi modern di kota Medan sangat erat kaitannya dengan semakin banyaknya pengunjung yang mendatangi warung kopi modern. Hampir seluruh kalangan usia saat ini menjadi pengunjung warung kopi modern. Walaupun pada kenyataannya, rentang usia para pengunjung berbeda-beda disetiap warung kopi modern. Karna jelas kita ketahui bahwa tidak semua warung kopi modern yang terdapat di kota Medan memiliki bentuk yang sama. Ada warung kopi modern yang tergolong sederhana, klasik, dan unik, ada juga yang kelas menengah, dan ada juga yang tergolong kedalam menengah keatas. Penggolongan ini dapat dilakukan berdasarkan sarana dan prasarana, harga, tingkat kenyamanan dan juga pelayanan yang diberikan masing-masing dari warung kopi modern. Sehingga mayoritas usia para pengunjungnya sedikit terdapat perbedaan.

Contohnya saja seperti pengunjung *Me and Coffee Works* yang didominasi oleh pengunjung yang berusia 25-30 tahun. *Starbucks* yang di dominasi oleh pengunjung dengan usia dari remaja hingga usia 50-an. *Pos Kupa* yang di dominasi

oleh hampir seluruh kalangan usia baik dari anak-anak hingga lanjut usia, karena memang warung kopi ini sering dikunjungi oleh keluarga-keluarga, mahasiswa, pegawai, hingga pengusaha. *Kopi Toast Cafe* dan *Jumpa Kawan Cafe* yang didominasi oleh pengunjung dengan usia 20-an hingga 50-an. Dan hal sama juga terjadi pada *Kedai Kopi Apek*, yang didominasi oleh pengunjung dengan usia 20an hingga 50an keatas.

4.4 KONTRIBUSI WARUNG KOPI MODERN SEBAGAI RUANG PUBLIK

Ruang publik membuktikan bahwa pertukaran informasi oleh para individu penting dan peran ruang publik sebagai wadah atau tempat untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan sesama individu mampu menciptakan karakteristik kehidupan sosial individu. Individu dalam ruang publik akan selalu membahas hal-hal yang menyangkut kepentingan sosial dan para individu dalam ruang publik, baik sedikit atau banyak pasti selalu memberikan tanggapan terhadap isu-isu yang berkembang di media massa atau yang saat ini sedang hangat-hangatnya diperbincangkan oleh khalayak umum.

4.4.1 Warung Kopi Sebagai Ruang Publik Menurut Jurgen Habermas

Berbicara mengenai sejarah ruang publik tidak dapat dipisahkan dari kemunculan kedai-kedai kopi pada era kapitalisme pada awal abad ke-13 di Eropa. Kedai kopi dijadikan arena diskursus bagi masyarakat yang sedang bertumbuh dari masyarakat feodal ke masyarakat borjuis. Dapat dilihat pula pada masa tersebut adanya perbedaan kelas antara kaum bangsawan dengan kaum pedagang atau rakyat kecil. Eksistensi kedai kopi dapat dikatakan pula sebagai ruang publik baru tanpa adanya perbedaan kelas sosial pada setiap individu. Entah itu dari rakyat biasa

hingga pejabat tinggi, dari buruh hingga pemilik modal, semuanya dapat berbaur satu sama lain. Ciri utama dari interaksi di kedai kopi cenderung tidak hirarkis, melupakan status sosial yang dipandang, bahkan semuanya sangat cair (Shobrianto, 2019).

Habermas melacak jauh sampai ke sejarah Prancis di penghujung Abad Tengah saat para bangsawan dan tuan tanah serta para satria sudah mengadakan pertemuan-pertemuan yang jadi cikal bakal bagi apa yang disebut ruang publik. Melalui bukunya tersebut diketahui bahwa ruang publik sesungguhnya terbentuk dari kedai-kedai minum di Eropa abad pencerahan, karena di tempat-tempat seperti inilah para saudagar dan kelas menengah lainnya membicarakan persoalan bisnis mereka yang lambat laun berubah menjadi pembicaraan tentang masalah-masalah kemasyarakatan yang lebih luas.

Konsep tentang ruang publik menurut Jürgen Habermas terdapat dalam karyanya yang berjudul *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* (Perubahan Struktural Ruang Publik: Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis). Ia menyelidiki akar sosiologis dan historis terbentuknya apa yang saat ini kita kenal dengan *Offentlichkeit* atau ruang publik. Ruang publik baginya adalah suatu ruang yang menjembatani antara negara dengan masyarakat sipil. Ruang ini adalah ruang universal, dimana orang-orang berkumpul untuk mendiskusikan apa saja yang perlu didiskusikan (Habermas, 2012: 3-4).

Habermas mendefinisikan ruang publik sebagai tempat berkumpulnya orang-orang untuk berdiskusi berdasarkan rasionalitas. Ruang publik besar

peranannya dalam sebuah demokrasi, sebab di dalamnya rakyat bebas menyatakan argumen dan sikapnya tanpa ada batasan dan perbedaan apa pun. Habermas juga menambahkan bahwa ruang publik tersebut harus bebas dari intervensi dan ketidaktransparan serta terbebas dari unsur politik dan “permintaan pasar” (Monalusia, 2014).

Bagi Habermas, ruang publik adalah suatu wilayah yang muncul pada ruang masyarakat borjuis. Ia adalah ruang yang memerantarai masyarakat sipil dengan negara, dimana publik mengorganisir dirinya dan dimana opini publik dibangun. Pemikiran Habermas ini dapat dipahami melalui dua perspektif. Pertama, Habermas mencoba menggambarkan munculnya ruang publik dikalangan calon kaum borjuis dalam spirit kapitalisme liberal di abad 18. Kedua, konsep Public Sphere memasuki warna baru dengan mulai memudarnya kelompok borjuis dalam konteks masyarakat industri yang makin maju dan munculnya demokrasi massa (Pratiwi, 2018).

Mengenai ruang publik, dicirikan dengan adanya ruang kesepahaman yang sempit, karena seiring dengan semakin kompleksnya realitas kehidupan sehari-hari manusia. Akibatnya, realitas yang sedang dihadapi saat ini cenderung lebih problematis dan tersistematis. Ruang kesepahaman yang sempit menjadikan manusia enggan menerima begitu saja realitas disekelilingnya (Shobrianto, 2019).

Munculnya warung-warung kopi seakan menjadi fase ditengah semakin sedikitnya ruang publik yang tersedia. Yaitu suatu ruang otonom dimana ia bebas secara administratif dari struktur kekuasaan negara dan juga bebas dari kepentingan pasar sehingga subyek bebas menentukan pilihan-pilihan rasionalnya tanpa paksaan apalagi ketakutan. Warung kopi bisa menjadi ruang untuk publik politis

sebagaimana diandaikan oleh Habermas. Yaitu tempat dimana seseorang bebas bertemu, berdiskusi dan membangun opini terhadap masalah kehidupan mereka. Ini tentu saja selama warung kopi tersebut tetap kedeap terhadap kepentingan kelompok yang mengabdikan untuk kepentingan penguasa dan juga kapital yang ingin merampas setiap jengkal ruang publik (Saadah, 2017).

Eksistensi ruang publik merupakan wujud kebutuhan masyarakat, di dalam memenuhi kepentingan-kepentingan setiap individunya. Adanya ruang publik dimanfaatkan untuk membahas isu-isu yang terjadi di pemerintahan ataupun permasalahan publik di dalam bidang-bidang tertentu seperti ekonomi, sosial-budaya, agama dan sebagainya. Dengan kata lain ruang publik dapat diartikan sebagai wadah berbagi opini publik yang dapat mempengaruhi kebijakan sesuai dengan permasalahan masyarakat.

Berdasarkan teori ruang publik dari Jurgen Habermas diatas yang menjelaskan mengenai konsep ruang publik yaitu sebuah ruang tempat berdiskusi yang mandiri dan tidak terikat oleh negara ataupun pasar, hal ini sejalan dengan interaksi yang terjadi pada warung kopi modern. Dimana tidak terdapat dominasi kelas terhadap interaksi dan diskusi yang terjadi di warung kopi modern. Setiap orang dengan latar belakang yang berbeda-beda memiliki hak yang sama untuk datang dan berdiskusi di warung kopi modern selama ia mampu membayar sesuatu yang ia konsumsi di warung kopi tersebut. Negara juga tidak ikut campur dengan diskusi-diskusi yang terjalin di setiap warung kopi modern. Artinya setiap orang bebas berdiskusi, bercerita dan mengeluarkan pendapat.

4.4.2 Kontribusi Warung Kopi Modern Sebagai Ruang Publik di Kota Medan

Banyak orang merasa nyaman berlama-lama duduk di warung kopi, terlebih warung kopi modern. Bagi penikmat kopi, kualitas kopi menjadi alasan pertama dalam pemilihan tempat untuk *ngopi*. Namun, bagi orang yang bukan pecinta kopi ada begitu banyak alasan kenapa mereka memilih untuk duduk dan minum kopi di suatu warung kopi. Terlebih bagi generasi millennial yang didominasi oleh anak muda dengan rentang usia 18 – 40 tahun (Fauzi, 2019:17). Ada banyak sebab mengapa orang mengunjungi warung kopi modern, dan setiap orang memiliki jawaban yang bervariasi. Fenomena inilah yang disebut dengan pergeseran makna terhadap warung kopi modern.

Fenomena hadirnya warung kopi ini juga telah menjadi sarana publik untuk berinteraksi dan berdiskusi serta terus berkembang dan menjadi tempat berkumpulnya masyarakat dalam melakukan rutinitas kesehariannya dengan latar belakang pengguna yang beragam (Haryanto dkk, 2016:55). Maka dari itu, penulis berusaha merangkumnya dalam sub pembahasan yaitu kontribusi warung kopi modern sebagai ruang publik khususnya di kota Medan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kak Saprina (23 tahun) yang merupakan pengunjung Kopi Toast Cafe (31 Oktober 2019) beliau mengatakan bahwa:

“Dulu itu kita kalau mau janji sama temen, mau ketemu itu kayak bingung nyari tempat. Kalau misalkan kaya di taman, itu kan tempatnya terbuka. Dan berasa kurang nyaman aja gitu. Lagian kalo untuk wilayah Medan juga udah jarang kan ditemui taman. Tapi kalau tempatnya kaya gini (warung kopi modern) kita itu lebih enak ngobrolnya, face to face. Nyaman juga tempatnya, terus ada wi-finya. Dan di zaman sekarang itu, gak sulit untuk nyari warung kopi modern, di semua tempat itu rata-rata ada warung kopi. Jadi hadirnya warung kopi modern itu bisa dibilang memudahkan kita untuk mencari tempat ngumpul bareng temen. Baik itu untuk pacaran, reuni, perayaan ulang tahun, perayaan anniversary, perayaan abis sidang skripsi.

Dan kalo menurut saya, warung kopi modern udah kaya jadi kebutuhan gitu bagi sebagian orang.”

Sama halnya seperti yang dikatakan oleh Samuel Mulyadi Sianipar, bahwa banyak orang yang datang ke warung kopi itu untuk hanya sekedar *nongkrong* termasuk dirinya sendiri. berikut pemaparan Samuel:

“Kalau saya pribadi seminggu itu bisa 3 sampai 4 kali ke warung kopi modern. Tapi tujuan utamanya itu ya tetap untuk nongkrong aja. Jadi makanya seneng juga sih dengan semakin banyaknya warung-warung kopi modern ataupun cafe di Medan ini. Jadi kita punya pilihan tempat yang banyak kalo mau ngumpul sama temen. Biasanya kalo nongkrong itu kita paling nge-game bareng, sharing-sharing juga. Yang dibahas banyak sih, kadang politik, kadang bahas organisasi, dan lebih seringnya tentang kehidupan pribadi sih.”

Tidak jauh berbeda dengan yang diutarakan oleh Nisa Mawar Hasibuan. Kontribusi hadirnya warung kopi modern menurutnya adalah tempat untuk nongkrong. Karena beliau memang memiliki hobby nongkrong. Berikut pemaparan Nisa:

“Menurut saya kontribusinya yaitu kita mudah nyari tempat tongkrongan. Saya pribadi soalnya juga hobby nongkrong. Tapi nongkrongnya saya itu seringkali sekaligus ada yang dilakuin gitu. Kaya sekarang ini, saya kesini ya untuk nongkrong tapi sekalian nyari-nyari informasi pekerjaan. Jadi pokoknya selalu ada yang dilakuin gitu, gak hanya cuap-cuap aja sama temen. Kadang juga saya kalo janji ketemu sama temen itu ya di cafe atau warung kopi modern. Karna kan tempatnya nyaman dan mdah ditemukan dimana aja disekitaran Medan in. Bahkan saya tuh beberapa kali pernah ngelakuin meeting di tempat kaya ini. Kesannya lebih santai sih.”

Berbeda dengan pernyataan dari Bapak Arifin. Dimana ia sering ke warung kopi modern itu untuk keperluan bisnis. Tepat sekali, ketika penulis melakukan

wawancara dengan beliau di Kopi Toast Cafe, beliau sedang bersama dengan rekan bisnisnya. Berikut pemaparannya:

“Kalau saya sih sering ngejadiin warung kopi modern kaya gini sebagai tempat ketemu temen bisnis. Nah ini sekarang kita juga lagi bahas bisnis. Saya pribadi memilih tempat ini karna menurut saya tempatnya nyaman, tidak rame juga, fasilitasnya lengkap dan pelayanannya bagus. Tapi kalau saya gak terlalu sering sih datang ke tempat seperti ini, paling seminggu hanya sekali. Kalau pas lagi tidak untuk ketemu teman bisnis, biasanya saya sama temen saya yang lain. Paling kita hanya ngobrol-ngobrol aja, seputaran politik, kehidupan pribadi ataupun tentang keluarga”

Hal yang lain juga diutarakan oleh Bapak Riza Syahri Yasmana dan Ibu Rosmailani Chairunnisa. Mereka adalah pasangan suami-istri yang sering ngumpul bareng keluarga di warung kopi modern. Mereka juga ternyata merupakan pasangan yang sama-sama pecinta kopi. Berikut pemaparannya:

“Kontribusi hadirnya warung kopi modern bagi kita lebih kepada untuk tempat kumpul bareng keluarga sih. Kebetulan kita berdua (Pak Riza dan Bu Rosmailani) pecinta kopi juga. Jadi makanya kalo kumpul keluarga itu lebih pilih yang ada jual kopinya. Nah salah satunya ya Pos Kupi ini. Kalo saya pribadi (Pak Riza) bahkan seminggu itu bisa 4 kali ke warung kopi. Tapi lebih seringnya bareng temen-temen kerjaan. Kalo sama keluarga seminggu paling hanya sekali. Karenakan anak-anak sekolah, jadi kalo pas weekend aja ngajak mereka kesini. Kalo sama rekan kerja sering, kebetulan saya ngejalanin bisnis transportasi online. Dan saya sebagai ketua komunitas Driver Online Darussalam. Bahkan basecamp nya kita itu warung kopi. Makanya bisa hampir setiap hari ke warung kopi. Lebih seringnya ya bahas bisnis, sharing-sharing seputaran yang lain juga.”

Berdasarkan sumber literatur, hasil wawancara diatas, dan observasi yang telah penulis lakukan, sedikitnya ada 6 kontribusi hadirnya warung kopi modern sebagai ruang publik terhadap masyarakat di kota Medan.

a. Tempat Ngopi

Menikmati secangkir kopi saat ini tidak hanya sekedar sebagai penambah semangat dan pengusir rasa kantuk, menikmati kopi kini sudah menjadi budaya di beberapa kalangan masyarakat. Terutama untuk mereka para pecinta kopi. Dalam pemilihan tempat untuk *ngopi* biasanya mereka akan mempertimbangkan dari segi citarasa kopi yang disediakan. Dan biasanya, ketika seorang pecinta kopi telah menemukan satu warung kopi yang menyediakan kopi sesuai dengan lidahnya maka ia akan tetap setia pada satu warung kopi itu saja. Berbeda dengan mereka yang bukan pecinta kopi, akan ada banyak alasan mengapa mereka memilih warung kopi tersebut, bisa jadi karena tempatnya menarik, nyaman dan lain sebagainya. Terlihat jelas memang perbedaan antara pecinta kopi dengan yang bukan pecinta kopi. Dari segala hal dimulai dari menu yang dipesan sampai gerak geriknya pun terlihat.

b. Tempat Bertemu Teman Relasi Bisnis

Tidak jarang para pelaku bisnis melakukan pertemuan dengan para klien mereka di warung kopi. Sehingga banyak pertemuan-pertemuan yang terjadi di warung kopi modern yang menghasilkan kesepakatan bisnis. Suasana yang tidak terlalu formal, santai, nyaman, serta adanya pelayanan dari para pegawai ataupun para barista, menjadi alasan dipilihnya warung kopi modern sebagai ajang pertemuan bisnis yang sedang mereka perbincangkan. Biasanya jenis warung kopi yang sering dijadikan tempat untuk bertemu teman bisnis adalah warung kopi yang lebih *high class*, tempatnya yang lebih nyaman, mewah, santai dan tidak terlalu berisik, contohnya seperti Starbucks Coffee.

c. Tempat Ngerjakan Tugas

Akan banyak kita temukan warung-warung kopi bernuansa modern di daerah sekitar kampus di kota Medan. contoh kecilnya saja di sekitaran kampus Universitas Sumatera Utara dan Universitas Negeri Medan. Berjejer warung kopi hadir dan letaknya saling berdekatan bahkan beberapa ada yang tetangga dengan nama yang berbeda-beda. Warung kopi yang ada di sekitaran kampus ini menjadi sebuah alternatif untuk para mahasiswa. Dimana dapat menjadi tempat meluangkan waktu dari rutinitas yang padat dan tak jarang menjenuhkan ketika di dalam kampus. Dan yang lebih populer, warung kopi sering dijadikan tempat diskusi dalam mengerjakan tugas-tugas ataupun skripsi. Dengan berdiskusi di warung kopi sambil menyeruput secangkir pekat ini dapat menghadirkan sebuah inspirasi tersendiri. Maka dari itu akan banyak ditemukan pada warung-warung kopi modern jumlah colokan yang lebih banyak. Biasanya setiap meja memiliki beberapa colokan listrik. Hal ini menjadi sebuah daya tarik sendiri pada warung kopi. Karena dengan adanya colokan listrik yang banyak akan memudahkan pengunjungnya untuk mengerjakan aktivitasnya, ditambah lagi dengan jaringan internet yang lancar, kemudian tempat yang nyaman menjadikan seluruh pengunjung khususnya mahasiswa tahan berlama-lama di warung kopi.

d. Tempat Rapat

Bagi masyarakat perkotaan, singgah di warung kopi modern sudah menjadi kebiasaan dan keharusan tersendiri. Kini banyak orang yang memilih mengadakan meeting atau rapat dengan relasi bisnis di warung kopi modern. Mungkin dengan alasan karena tidak terlalu formal dan cukup representatif sehingga suasana keakraban akan lebih terasa jika dibanding dengan rapat di kantor (Said, 2017:34).

Beberapa warung kopi kini sudah banyak tersebar kesejumlah tempat di kota Medan, seperti di pusat perbelanjaan, sekitaran perkantoran, sekitaran kampus, pusat kota, dan pinggiran kota. Sehingga saat ini sangat mudah untuk menemukannya dan menjadikannya tempat rapat, baik itu sesama pengusaha, para pegawai kantoran, mahasiswa bahkan khalayak umum.

e. Tempat Perayaan

Seiring dengan perkembangan zaman, semakin banyak manusia yang tertarik pada hal-hal yang bersifat praktis. Bukan hal yang baru lagi warung kopi modern dijadikan sebagai tempat merayakan suatu acara perayaan. Seperti, acara ulang tahun, anniversary, syukuran selesai wisuda, dan acara perayaan-perayaan lainnya. Dengan adanya warung kopi modern yang sesuai dengan keinginan, tidak perlu repot-repot untuk menyediakan tempat, dekorasi, makanan dan minuman untuk sekedar membuat acara perayaan. Hanya dengan membayar uang sejumlah yang ditentukan, pengguna warung kopi sudah dapat menikmati menu makanan dan tempat yang nyaman.

f. Tempat Nongkrong

Nongkrong adalah istilah yang digunakan untuk berkumpul bersama teman-teman di suatu tempat. Melibatkan pembicaraan berbagai macam hal, mulai dari hal yang sepele sampai dengan pembicaraan yang serius.

Fenomena kehidupan masyarakat yang semakin kompleks, seiring kemajuan teknologi, dapat berdampak negatif, misalnya stres yang begitu mudah melanda, bukan saja pada kaum tua, dewasa, muda bahkan anak-anak. Pola kehidupan perkotaan khususnya yang memang mengundang banyak resiko, rawan konflik,

tantangan, sehingga masyarakat disinyalir membutuhkan suatu wadah yang dapat mereka percayai dalam mengemukakan permasalahan-permasalahan yang dihadapi dalam kehidupannya, atau setidaknya satu tempat dimana mereka bisa berkumpul dan saling berbagi cerita, gagasan ataupun komentar-komentar. Perkembangan zaman telah membawa manusia dalam tuntutan kebutuhan-kebutuhan baru yang harus terpenuhi.

Seiring dengan perkembangan kota yang semakin pesat, menjadikan masyarakat membutuhkan tempat sekedar untuk melepas kepenatan dalam rutinitas. Hadirnya warung kopi menjawab kebutuhan akan sebuah ruang yang bisa digunakan untuk bertemu kawan berdiskusi atau memperbincangkan berbagai hal dengan cukup ditemani secangkir minuman favorit dalam suasana yang nyaman.

