

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun belakangan ini, fenomena *coffee shop* kian merebak di Indonesia. *Coffee shop* adalah sebuah frasa yang digunakan untuk merujuk pada sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman, namun fokus utamanya adalah menjual kopi. Di awal kemunculannya, kebanyakan bisnis *coffee shop* menargetkan konsumen mereka dari kalangan para penikmat kopi, dengan cara menyediakan berbagai minuman berbahan dasar kopi dengan beragam campuran dan teknik pembuatan.

Sebagai negara penghasil kopi terbesar ke empat di dunia, tentu tidaklah sulit untuk memperoleh berbagai jenis kopi di Indonesia. Hal inilah yang memudahkan para pemilik usaha *coffee shop* untuk membeli bahan baku minuman kopi yang mereka jual dan tentunya dengan harga yang terjangkau. Namun sejalan dengan perkembangannya, bisnis *coffee shop* mulai berevolusi dengan menambahkan beragam jenis minuman dan makanan pada menu yang disediakan. Hal ini bertujuan untuk menarik pengunjung dari berbagai kalangan, bukan hanya para penikmat kopi saja, tetapi juga menjadikan mereka yang bukan penikmat kopi sebagai target pasar.

Upaya tersebut nampaknya cukup berhasil ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah pengunjung *coffee shop* dari berbagai kalangan. Kini pengunjung *coffee shop* bukan hanya dari kalangan penikmat kopi saja, tetapi banyak juga pengunjung yang menghabiskan waktunya bersantai di *coffee shop*

bukan untuk menikmati kopi, tetapi juga untuk bersantai sambil menikmati makanan dan minuman yang disediakan. Bahkan kini *coffee shop* telah dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai aktifitas sosial dan sebagai sarana rekreasi bagi pengunjung untuk menghilangkan penat atau lelah di sela-sela aktifitasnya. Kegiatan menghabiskan waktu sambil bersantai di *coffee shop* ini kini dikenal dengan sebutan ‘ngopi’.

Istilah ‘ngopi’ ini merupakan bahasa yang sering digunakan dalam pergaulan sehari-hari untuk menggambarkan kegiatan yang dilakukan konsumen di *coffee shop*, baik berupa aktifitas sosial maupun hanya sekedar menikmati makanan dan minuman yang dijual disana. Istilah ini pada awalnya diperkenalkan oleh anak muda zaman sekarang, dikarenakan mayoritas pengunjung *coffee shop* sekarang ini adalah para remaja. Remaja merupakan kelompok masyarakat yang mayoritas memiliki waktu senggang yang lebih banyak, sehingga para remaja bisa menghabiskan waktu mereka di *coffee shop* hingga berjam-jam lamanya. Ditambah lagi, remaja merupakan kelompok usia yang memiliki rasa ingin tahu paling besar, remaja cenderung ingin mencoba hal-hal baru, sehingga kelompok remaja paling mudah menerima masuknya budaya baru serta mudah beradaptasi.

Tentu ini merupakan satu keuntungan bagi pemilik *coffee shop*, karena semakin lama pengunjung menghabiskan waktu disana dan rutin berkunjung, maka semakin banyak pula transaksi yang akan dilakukan oleh pengunjung tersebut, tetapi tanpa disadari ternyata kebiasaan ‘ngopi’ ini dapat menyebabkan remaja pengunjung *coffee shop* kurang efektif dalam memanfaatkan waktu belajar mereka, hal ini terjadi karena remaja keasikan ‘ngopi’ dan ‘nongkrong’ di *coffee shop* sehingga kurang mampu manajemen waktu belajar dengan baik.

Permasalahan manajemen waktu belajar sebenarnya sudah terjadi jauh sebelum ada fenomena *coffee shop*, namun dengan kemunculan *coffee shop* ini semakin menambah parah permasalahan tersebut, banyak remaja menghabiskan waktu di *coffee shop* dengan bermain *gadget* atau bermain bersama temannya sampai lupa waktu. Aktifitas ini mengakibatkan remaja sering menunda-nunda mengerjakan tugas mereka, seperti tugas-tugas akademik dari guru di sekolah, maupun tugas di rumah yang diberikan oleh orang tua mereka.

Penundaan yang dilakukan oleh para remaja ini terjadi karena ketidakmampuan remaja dalam membagi waktu, aktifitas tersebut tentunya akan berdampak buruk apabila terus dibiarkan. Kemampuan remaja dalam membagi waktu secara efektif dan efisien dinamakan dengan manajemen waktu. Manajemen waktu adalah kemampuan diri dalam menggunakan waktu dengan efektif dan dapat dilakukan dengan cara membuat perencanaan prioritas untuk melaksanakan tanggung jawab.

Manajemen waktu merupakan penataan terhadap waktu yang dimiliki. Penataan waktu dapat direncanakan dan dilaksanakan secara teratur dengan membuat manajemen waktu setiap hari, misalnya pembagian waktu antara sekolah, bermain bersama teman, dan dirumah. Manajemen waktu dibutuhkan agar remaja mampu mengalokasikan waktu yang dimilikinya sehingga remaja terlatih menjadi disiplin waktu. Mujahidah (2014) mengemukakan manajemen waktu sebagai kemampuan menggunakan waktu secara efektif dan efisien untuk memperoleh manfaat yang maksimal.

Sasmita E. (2013) juga mendefinisikan bahwa manajemen waktu adalah suatu perencanaan dan pengaturan waktu yang digunakan setiap hari dalam melaksanakan semua aktifitas yang ada, berdasarkan pada skala prioritas dan jadwal yang telah ditentukan, sehingga individu dapat menggunakan waktu secara efektif dan efisien.

Berdasarkan observasi lapangan yang sudah dilakukan, ternyata permasalahan manajemen waktu tersebut bukan hanya terjadi di kota-kota besar, namun juga pada remaja di kota kecil hingga desa. Hal ini disebabkan oleh fenomena keberadaan *coffee shop* yang sudah menyebar hingga pelosok desa, sehingga budaya 'ngopi' pun kini sudah menginvasi remaja di desa, akibatnya banyak remaja desa yang kurang mampu memajemen waktu mereka dengan baik.

Fenomena ini juga terjadi di salah satu desa di kabupaten Karo, yakni desa Merek. Desa Merek merupakan desa kecamatan dengan luas 100 km² dengan jumlah penduduk 2.202 jiwa. Desa ini adalah sentra penghasil kopi arabika, sayur mayur dan kawasan hutan pinus. Terdapat lebih dari 8 *coffee shops* di desa ini, namun berdasarkan hasil obseravasi yang dilakukan, terdapat dua *coffee shops* di Desa Merek yang memiliki jumlah pengunjung terbanyak dari kalangan remaja.

Begitu pun berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada pemilik *coffee shops* tersebut, mayoritas pengunjung mereka adalah para remaja, namun ada juga pengunjung dari kalangan orang dewasa tetapi jumlahnya tidak begitu banyak. Jumlah remaja desa Merek yang menghabiskan waktunya di *coffee shop* pun kian hari semakin bertambah. Hal ini terlihat dari banyaknya remaja yang

berkumpul dan melakukan kegiatan ‘ngopi’ bersama teman-temannya, bermain *games* dan tak jarang pula ada yang hanya sekedar bersantai saja menghabiskan waktu hingga berjam-jam.

Biasanya para remaja ini mulai datang setelah jam pulang sekolah berakhir atau sore hari yang berakhir hingga malam hari. Bahkan beberapa dari remaja tersebut rela absen dalam kegiatan les maupun kegiatan ekstrakurikuler di sekolah hanya untuk sekedar menghabiskan waktu bersama teman-temannya di *coffee shop*. Melihat realitas yang terjadi pada kaum remaja pengunjung *coffee shop* ini, tentu saja berpengaruh terhadap pola pikir dan tingkah laku remaja di desa Merek ini.

Dengan maraknya *trend coffee shop* di desa Merek, maka perlahan-lahan mengubah perilaku remaja di desa ini. Kebanyakan remaja sering kali membuang waktu untuk hal-hal yang kurang penting seperti ‘ngopi’ dan berkumpul dengan teman sebaya atau hanya sekedar bermain ponsel berjam-jam di *coffee shop*. Tentu saja hal ini berdampak negatif bagi para remaja, selain menjadi kurang produktif hal ini juga membuat remaja menunda pekerjaan yang lebih penting untuk dilakukan. Sedangkan para remaja di desa ini kebanyakan merupakan pelajar yang tentunya memiliki tugas akademik yang harus diselesaikan.

Kegiatan ngopi ini menjadi salah satu faktor bagi remaja untuk mengulur waktu dan menunda mengerjakan tugas, jika terus mengakar dalam gaya hidup remaja, akan berdampak pada kurangnya kemampuan remaja dalam manajemen waktu. Budaya ‘ngopi’ ini membawa dampak buruk bagi remaja, remaja akan terbiasa dengan perilaku hidup boros dan tidak bisa manajemen waktu dengan baik. Remaja menjadi kurang produktif, karena sebagian besar

waktu mereka dihabiskan hanya untuk ‘ngopi’ di *coffee shop* daripada belajar di rumah ataupun melakukan aktifitas yang dapat meningkatkan prestasi akademik remaja tersebut. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai “**Analisis Manajemen Waktu Belajar pada Remaja Pengunjung *Coffee Shop* di Desa Merek, kecamatan Merek, kabupaten Karo**”.

1.2. Fokus Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka fokus masalah dalam penelitian ini adalah analisis manajemen waktu belajar pada remaja pengunjung *coffee shop* dengan rentang usia 13-18 tahun di desa Merek kecamatan Merek kabupaten Karo.

1.3. Rumusan Masalah

Berikut merupakan rumusan masalah pada penelitian ini, yakni antara lain adalah:

1. Bagaimana manajemen waktu belajar pada remaja pengunjung *coffee shop* yang ada di desa Merek kecamatan Merek kabupaten Karo?
2. Faktor apa saja yang menghambat manajemen waktu belajar pada remaja pengunjung *coffee shop* di desa Merek kecamatan Merek kabupaten Karo.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan bagaimana manajemen waktu belajar pada remaja pengunjung *coffee shop* di desa Merek kecamatan Merek kabupaten Karo.
2. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi manajemen waktu belajar pada remaja pengunjung *coffee shop* di desa Merek kecamatan Merek kabupaten Karo.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi kepada semua kalangan terutama remaja pengunjung *coffee shop* mengenai manajemen waktu belajar dan memahami fungsi dari manajemen waktu belajar, sehingga remaja menyadari dan mampu memanajemen waktu belajar dengan baik dan benar.

2. Manfaat konseptual

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai manajemen waktu belajar pada remaja pengunjung *coffee shop* di desa Merek kecamatan Merek kabupaten Karo dan diharapkan memberikan pandangan kepada remaja dalam manajemen waktu belajar serta dapat dijadikan suatu bahan rujukan oleh para peneliti lainnya dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai permasalahan sejenis.