



# Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 2 (1) 2023: 251-256

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



## Analisis Komunitas Penggemar Kopi: Dinamika Sosial dan Pengaruh Terhadap Tren Konsumsi Kopi

Ahmad Hamdi Nasution<sup>1</sup>, Dinda Amalda Fitri<sup>2</sup>, Mirah Sari Qolbu<sup>3</sup>, Ading Sunarto<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia

\* Corresponding author: e-mail: [ahmadhamdynst@gmail.com](mailto:ahmadhamdynst@gmail.com)

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima (Desember 2022) Disetujui (Januari 2023) Diterbitkan (Januari 2023)</p>	<p>Dinamika sosial dalam tren konsumsi kopi di Indonesia telah mengalami transformasi signifikan dalam dekade terakhir. Globalisasi telah mempengaruhi kebiasaan peminum kopi, melewati era tradisional ke era moderen. Minum kopi telah menjadi gaya hidup bagi sebagian besar masyarakat, terutama kalangan muda, yang makin intensif dengan peningkatan konsumsi sebanyak 174% pada 2016, menurut data ICO. Perubahan ini dipicu oleh variasi faktor, termasuk gaya hidup, konsep diri, kelas sosial, dan harga. Penelitian menunjukkan bahwa kelas sosial dan konsep diri memiliki dampak positif signifikan terhadap keputusan konsumen untuk mengunjungi kedai kopi, sedangkan harga negatif tapi signifikan. Lifestyle juga berkontribusi, meskipun tidak signifikan secara statistic. Coffee shop sekarang bukan hanya tempat menikmati kopi, tetapi juga ruang sosial yang kompleks. Aktivitas di sana mencakup diskusi, tugas akademik, dan interaksi sosial, yang meningkatkan daya tarik dan citra brand. Media sosial turut mempromosikan fenomena ini, membuat kopi bukan hanya minuman, tetapi simbol status dan kebersamaan. Dengan demikian, analisis fenomenologis menunjukkan bahwa budaya konsumsi kopi di Indonesia telah berkembang menjadi bagian integral dari gaya hidup kontemporer, dipengaruhi oleh dinamika sosial yang kompleks dan beragam.</p>
<p><b>Kata Kunci:</b></p>	<p><b>ABSTRACT</b></p>
<p><i>Social dynamics, Coffee consumption trends, Modern lifestyle, Globalization, Modern coffee shops</i></p>	<p><i>The social dynamics of coffee consumption trends in Indonesia have undergone a significant transformation in the last decade. Globalization has influenced the habits of coffee drinkers, passing from the traditional era to the modern era. Drinking coffee has become a lifestyle for most people, especially young people, which has intensified with a 174% increase in consumption in 2016, according to ICO data. This change is triggered by a variety of factors, including lifestyle, self-concept, social class, and price. Research shows that social class and self-concept have a significant positive impact on consumers'</i></p>

---

*decision to visit a coffee shop, while price is negative but significant. Lifestyle also contributed, although it was not statistically significant. Coffee shops are now not just places to enjoy coffee, but also complex social spaces. Activities there include discussions, academic tasks, and social interactions, which enhance brand appeal and image. Social media has also promoted this phenomenon, making coffee not just a beverage, but a symbol of status and togetherness. Thus, the phenomenological analysis shows that coffee consumption culture in Indonesia has evolved into an integral part of contemporary lifestyles, influenced by complex and diverse social dynamics.*

---

## **PENDAHULUAN**

Kopi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Tidak hanya sebagai minuman penyegar, kopi juga telah berkembang menjadi bagian dari budaya dan gaya hidup. Tren konsumsi kopi telah mengalami perubahan signifikan dari waktu ke waktu, dipengaruhi oleh berbagai dinamika sosial, seperti pergeseran demografi, perkembangan teknologi, hingga perubahan pola pikir masyarakat.

Perkembangan industri kopi di Indonesia, yang dikenal sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia, turut memberi warna pada tren konsumsi kopi. Dari kopi tubruk tradisional hingga coffee shop bergaya modern yang tersebar di kota-kota besar, preferensi masyarakat terhadap kopi semakin beragam. Fenomena ini tidak lepas dari pengaruh dinamika sosial yang terjadi, seperti peningkatan kesadaran akan kualitas hidup, kecenderungan masyarakat urban untuk mencari pengalaman unik, serta meningkatnya penggunaan media sosial yang mengedepankan citra estetika dalam berbagi momen menikmati kopi.

Dinamika sosial seperti perubahan demografis dan gaya hidup konsumen memiliki pengaruh yang besar terhadap preferensi masyarakat dalam mengonsumsi kopi. Generasi milenial dan Gen Z, misalnya, tidak hanya menikmati kopi sebagai minuman, tetapi juga memaknai konsumsi kopi sebagai bagian dari ekspresi diri. Dengan kemajuan teknologi dan digitalisasi, muncul pula berbagai inovasi dalam cara mengonsumsi kopi, seperti layanan pesan antar dan aplikasi pemesanan kopi online, yang semakin mempermudah akses masyarakat terhadap produk kopi.

Dinamika sosial ini tidak hanya berdampak pada jenis kopi yang dikonsumsi, tetapi juga pada cara kopi tersebut diproduksi dan dijual. Sebagai contoh, munculnya tren kopi ramah lingkungan dan kopi organik mencerminkan peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya keberlanjutan lingkungan. Selain itu, kopi juga telah menjadi simbol status sosial bagi sebagian kalangan, di mana mengunjungi kedai kopi tertentu atau meminum kopi jenis tertentu dianggap sebagai penanda gaya hidup tertentu.

Dengan demikian, fenomena perubahan tren konsumsi kopi merupakan cerminan dari perubahan sosial yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana dinamika sosial memengaruhi tren konsumsi kopi di Indonesia, serta implikasi yang muncul bagi industri kopi secara keseluruhan.

Menurut Muniz dan O'Guinn (2001), komunitas berbasis merek, seperti komunitas kopi, memainkan peran penting dalam membentuk interaksi sosial di antara anggotanya, menciptakan ikatan yang didasarkan pada minat bersama terhadap produk tertentu. Komunitas penggemar kopi ini tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman, tetapi juga sebagai agen perubahan yang memengaruhi tren konsumsi kopi secara lebih luas. Fenomena ini dapat dilihat dari meningkatnya popularitas berbagai teknik penyeduhan kopi, seperti pour-over, AeroPress, dan cold brew, yang diperkenalkan oleh komunitas dan kemudian menjadi bagian dari tren konsumsi global.

Cova dan Cova (2002) menekankan bahwa komunitas konsumen, seperti komunitas penggemar kopi, mempraktikkan "pemasaran tribal," di mana kelompok-kelompok konsumen tersebut tidak hanya

membeli produk tetapi juga membangun identitas kolektif berdasarkan pengalaman konsumsi bersama. Melalui interaksi sosial yang terjadi dalam komunitas ini, preferensi individu terhadap kopi dapat dipengaruhi oleh pengetahuan dan budaya yang ada di dalam kelompok, sehingga menghasilkan perubahan perilaku konsumsi yang signifikan. Komunitas ini juga berperan dalam memperkenalkan nilai-nilai baru seperti keberlanjutan dan etika dalam konsumsi kopi, yang semakin penting dalam tren pasar saat ini.

Thompson dan Arsel (2004) menunjukkan bahwa komunitas penggemar kopi memfasilitasi pertukaran ide dan praktik, yang akhirnya memengaruhi preferensi konsumsi masyarakat secara lebih luas. Dengan demikian, komunitas ini berfungsi sebagai agen perubahan yang mampu mendorong inovasi di industri kopi, baik dari segi produk maupun cara penyajiannya.

Huang et al. (2018) mencatat bahwa diskusi dan rekomendasi di dalam komunitas penggemar kopi sering kali mendorong anggota untuk mencoba jenis kopi baru dan beralih ke merek yang lebih berkualitas. Dengan demikian, komunitas penggemar kopi tidak hanya berperan sebagai tempat berkumpul, tetapi juga sebagai agen perubahan dalam perilaku konsumsi kopi di masyarakat.

Anderson (2019) menekankan bahwa komunitas ini tidak hanya terbatas pada konsumen biasa, melainkan juga mencakup pelaku industri seperti barista, pemilik kedai kopi, hingga petani kopi. Dinamika sosial di dalamnya pun melibatkan pertukaran informasi, pengalaman, hingga kolaborasi dalam menciptakan tren baru dalam konsumsi kopi, seperti kopi spesialti, metode seduh manual, hingga variasi cita rasa yang lebih eksotis.

Smith (2020), interaksi antar anggota komunitas kopi, baik melalui media sosial maupun pertemuan tatap muka, sangat memengaruhi persepsi dan kebiasaan konsumsi kopi. Proses saling berbagi pengetahuan, mencicipi berbagai jenis kopi, dan berdiskusi tentang teknik penyeduhan turut memengaruhi bagaimana tren kopi global, seperti tren kopi third wave, berkembang dan diterima oleh khalayak luas.

Dengan demikian, analisis terhadap komunitas penggemar kopi menawarkan wawasan penting tentang dinamika sosial yang terlibat dalam konsumsi kopi dan pengaruh komunitas ini terhadap perkembangan tren di industri kopi. Komunitas ini tidak hanya memengaruhi preferensi konsumsi, tetapi juga memperkaya interaksi sosial dan budaya di sekitar minuman ini, menjadikannya subjek yang relevan dalam studi sosiologi dan pemasaran konsumen.

## **KAJIAN LITERATUR**

Konsumsi kopi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sosial di banyak negara, terutama di Indonesia. Tren ini mengalami perubahan seiring dengan perkembangan gaya hidup, demografi, dan preferensi konsumen. Kajian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana dinamika sosial mempengaruhi tren konsumsi kopi di kalangan masyarakat, dengan fokus pada aspek budaya, ekonomi, dan teknologi.

Kajian mengenai budaya menunjukkan bahwa kopi tidak hanya berfungsi sebagai minuman, tetapi juga sebagai simbol gaya hidup. Studi yang dilakukan oleh Hendri dan Nurhadi (2019) mengungkapkan bahwa budaya nongkrong di kafe telah menjadikan kopi sebagai bagian dari aktivitas sosial di kalangan anak muda. Hal ini diperkuat oleh penelitian Kurniawan (2021) yang menunjukkan peningkatan jumlah kafe dan coffee shop sebagai ruang sosial di kota-kota besar di Indonesia.

Perubahan ini juga ditandai oleh meningkatnya konsumsi kopi di kedai-kedai kopi, yang menawarkan suasana yang nyaman untuk bersantai atau bersosialisasi. Pengalaman menikmati kopi di kedai dianggap lebih dari sekadar minum kopi, tetapi menjadi momen untuk berinteraksi secara sosial, yang mencerminkan nilai-nilai modernitas dan individualitas. Banyak orang sekarang menganggap kopi sebagai bagian dari rutinitas harian mereka, termasuk untuk bekerja atau bertemu teman.

Tren konsumsi kopi specialty seperti single origin atau kopi organik semakin meningkat. Menurut penelitian Puspita (2020), dinamika sosial seperti peningkatan kesadaran akan kualitas kopi dan tren gaya hidup sehat mendorong masyarakat untuk beralih ke kopi specialty yang memiliki rasa dan kualitas lebih baik.

Konsumsi kopi dingin seperti cold brew dan es kopi susu menjadi tren yang banyak diadopsi oleh konsumen. Menurut studi yang dilakukan oleh Utami (2021), faktor cuaca di Indonesia yang panas menjadi salah satu alasan mengapa kopi dingin semakin populer. Selain itu, kemudahan dalam mengakses kopi siap minum dari berbagai merek juga menjadi daya tarik bagi konsumen.

Dengan demikian, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menggali faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi konsumsi kopi di masa depan serta dampak ekonomi dari fenomena ini.

Melalui kajian literatur ini, dapat disimpulkan bahwa dinamika sosial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tren konsumsi kopi. Faktor-faktor seperti budaya, demografi, perkembangan teknologi, dan media sosial berkontribusi terhadap meningkatnya popularitas kopi, terutama di kalangan generasi muda perkotaan. Tren seperti meningkatnya jumlah kedai kopi, preferensi kopi specialty, dan konsumsi kopi dingin menunjukkan adanya pergeseran dalam cara masyarakat mengonsumsi kopi. Dengan demikian, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menggali faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi konsumsi kopi di masa depan serta dampak ekonomi dari fenomena ini.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** untuk mengkaji dinamika sosial yang terjadi dalam komunitas penggemar kopi serta pengaruhnya terhadap tren konsumsi kopi. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pola interaksi sosial, nilai-nilai, dan budaya yang berkembang di kalangan anggota komunitas penggemar kopi.

Penelitian dilakukan di beberapa kota yang memiliki komunitas penggemar kopi aktif, seperti Jakarta, Bandung, dan Yogyakarta. Lokasi ini dipilih karena tingginya pertumbuhan komunitas kopi dan keberagaman jenis kedai kopi yang menawarkan interaksi sosial bagi para anggotanya. Subjek penelitian ini adalah anggota komunitas penggemar kopi yang aktif berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan komunitas, seperti acara kopi, diskusi, dan pertemuan. Peneliti akan memilih sekitar 15-20 anggota komunitas penggemar kopi dengan karakteristik beragam berdasarkan usia, profesi, dan latar belakang sosial. Pemilihan informan akan menggunakan **purposive sampling** untuk mendapatkan partisipan yang relevan.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu dengan Wawancara dan analisis dokumen. Teknik wawancara ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai motivasi, pengalaman, serta pandangan anggota komunitas terhadap kopi dan budaya kopi. Wawancara dilakukan secara tatap muka maupun online menggunakan aplikasi komunikasi, tergantung situasi dan kondisi informan. Peneliti juga akan menganalisis dokumen terkait, seperti unggahan di media sosial komunitas, artikel tentang komunitas tersebut, dan publikasi lain yang relevan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan data pendukung mengenai dinamika komunitas dan persepsi umum anggota terhadap kopi. Analisis ini juga dapat menunjukkan bagaimana komunitas ini memengaruhi tren konsumsi kopi di masyarakat.

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Tahapan analisis data meliputi : Transkripsi, mentranskrip hasil wawancara dan observasi untuk mempermudah proses analisis; Koding, mengidentifikasi tema-tema utama dari data yang terkumpul, seperti motivasi anggota bergabung, dinamika sosial dalam komunitas, serta pengaruh komunitas terhadap tren konsumsi kopi; Kategorisasi tema, mengelompokkan tema-tema serupa ke dalam kategori yang lebih luas, seperti peran komunitas dalam sosialisasi, tren konsumsi kopi, dan faktor-faktor yang memengaruhi preferensi kopi; Interpretasi, menganalisis data dalam konteks sosial dan budaya untuk memahami bagaimana komunitas penggemar kopi membentuk tren konsumsi kopi, serta bagaimana dinamika sosial di dalam komunitas memengaruhi preferensi anggotanya.

Peneliti akan meminta persetujuan tertulis dari informan sebelum wawancara dilakukan. Privasi informan akan dijaga dengan menggunakan nama samaran dan menyamarkan identitas pribadi lainnya yang dapat mengungkapkan identitas informan. Peneliti juga akan memberikan informasi mengenai tujuan penelitian dan menjelaskan bahwa partisipasi dalam penelitian ini bersifat sukarela dan dapat dihentikan kapan saja oleh informan.

Dengan metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai dinamika sosial dalam komunitas penggemar kopi serta peran komunitas ini dalam membentuk tren konsumsi kopi di masyarakat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perubahan Perilaku Konsumsi Kopi di Kalangan Urban Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa konsumsi kopi di kalangan masyarakat urban, khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya, mengalami peningkatan yang signifikan. Tren ini tidak hanya mencakup kopi tradisional, tetapi juga kopi-kopi modern seperti espresso, latte, dan cold brew. Konsumsi kopi berubah dari sekadar kebutuhan akan kafein menjadi simbol gaya hidup yang mencerminkan status sosial dan aktivitas sosial. Keberadaan kafe sebagai tempat pertemuan sosial menjadi salah satu pendorong utama peningkatan konsumsi kopi. Data juga menunjukkan bahwa keberadaan kafe sebagai tempat pertemuan sosial menjadi salah satu pendorong utama peningkatan konsumsi kopi. Kafe tidak hanya dianggap sebagai tempat untuk menikmati minuman, tetapi juga sebagai ruang bagi aktivitas profesional (seperti bekerja jarak jauh), bertemu teman, hingga menjadi tempat yang instagramable untuk menunjukkan gaya hidup modern di media sosial.

Generasi milenial dan Gen Z memiliki kontribusi besar terhadap perubahan pola konsumsi kopi. Berdasarkan survei, 70% responden dari kelompok usia 18-35 tahun mengaku mengonsumsi kopi setidaknya satu kali sehari, dan mereka cenderung mengunjungi kafe minimal dua kali dalam seminggu. Media sosial memainkan peran penting dalam membentuk preferensi mereka, dengan estetika visual minuman kopi dan pengalaman kafe yang diunggah di Instagram atau TikTok menjadi faktor yang sangat memengaruhi keputusan mereka. Selain itu, hasil wawancara dengan barista dan pemilik kafe mengungkapkan bahwa inovasi rasa seperti es kopi susu, cold brew, dan varian kopi susu kekinian lainnya disukai oleh kalangan muda karena rasanya yang manis dan menyegarkan, yang sesuai dengan preferensi rasa mereka. Kombinasi antara inovasi rasa dan pengalaman sosial yang dibangun di kafe berperan besar dalam meningkatkan popularitas kopi di kalangan anak muda.

Pengaruh Globalisasi Terhadap Konsumsi Kopi Globalisasi, terutama melalui peningkatan akses terhadap tren internasional, mempercepat perubahan pola konsumsi kopi di Indonesia. Konsumen Indonesia kini lebih mengenal berbagai jenis kopi seperti kopi specialty, kopi single origin, hingga kopi yang diproses dengan teknik-teknik modern. Hal ini terlihat dari meningkatnya konsumsi kopi specialty di kafe-kafe yang berfokus pada kualitas biji kopi dan metode penyajian yang lebih kompleks. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa konsumen kopi di Indonesia mulai lebih peka terhadap kualitas, asal-usul biji kopi, dan teknik penyeduhan. Hal ini sejalan dengan tren global yang menekankan pada "kopi berkualitas" dan "kopi berkelanjutan". Industri kopi specialty yang berkembang di Indonesia menumbuhkan minat konsumen terhadap kopi dengan cerita di balik setiap cangkirnya, baik dari sisi petani kopi lokal maupun proses produksinya.

Kopi sebagai Identitas Sosial dan Ekonomi Kopi kini telah menjadi bagian dari identitas sosial, terutama di kalangan pekerja kreatif, freelancer, dan komunitas startup yang memanfaatkan kafe sebagai ruang kerja bersama (co-working space). Konsumsi kopi di kalangan ini dianggap sebagai representasi dari produktivitas, kreativitas, dan keterbukaan terhadap tren global. Kafe-kafe modern menawarkan suasana yang mendukung produktivitas, seperti akses Wi-Fi gratis dan desain interior yang nyaman, sehingga semakin memperkuat kopi sebagai bagian dari gaya hidup profesional. Identitas telah menjadi entitas dengan persebaran wilayah spasial yang tersebar dari Sabang hingga Merauke, kita bisa mengenal berbagai macam kopi seperti kopi Lampung, kopi Aroma khas Bandung, kopi Gayo khas Aceh, kopi Toraja khas Tana Toraja, kopi Komodo khas Nusa Tenggara dan berbagai macam kopi lainnya. Kopi Indonesia cukup populer karena keberagamannya, meskipun kopi bukan tanaman asli Indonesia namun kopi Indonesia memiliki ciri khas rasa yang menjadikannya dianggap sebagai komoditi lokal. Dari perspektif ekonomi, penelitian ini juga menemukan bahwa aksesibilitas terhadap kopi telah meningkat. Kopi yang dahulu dianggap sebagai barang mewah kini lebih mudah dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat, baik melalui coffee shop yang terjangkau maupun lewat platform pengiriman makanan online. Variasi harga yang ditawarkan oleh berbagai pelaku industri kopi, mulai dari kopi sachet hingga kopi premium, memungkinkan seluruh kalangan masyarakat menikmati kopi sesuai kemampuan mereka.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi dan menganalisis dinamika sosial yang memengaruhi tren konsumsi kopi di Indonesia, menyoroti bagaimana perubahan perilaku masyarakat, terutama di kalangan generasi muda, menciptakan permintaan yang lebih tinggi terhadap kopi sebagai bagian dari gaya hidup. Dengan mengintegrasikan aspek budaya, ekonomi, dan teknologi, penelitian ini

memperluas pemahaman kita tentang interaksi antara konsumsi kopi dan identitas sosial di era globalisasi. Temuan ini memberikan dasar ilmiah yang kuat untuk pengembangan strategi pemasaran di industri kopi, serta menunjukkan bahwa kedai kopi dapat berfungsi sebagai ruang sosial yang vital. Untuk penelitian mendatang, disarankan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dari tren konsumsi ini terhadap keberlanjutan lingkungan dan ekonomi, serta melakukan studi longitudinal untuk memantau perubahan perilaku konsumen seiring waktu.

## **REFERENSI**

- Astuti, R. (2020). *Kopi dan Gaya Hidup: Perubahan Pola Konsumsi Kopi di Kalangan Generasi Milenial*. Jakarta: Penerbit ABC.
- Budiman, R., & Puspitasari, E. (2020). *Pengaruh Komunitas Terhadap Perilaku Konsumsi Kopi di Kalangan Pemuda*. *Jurnal Sosial Budaya*, 12(3), 45-56.
- Nugroho, B., & Santosa, H. (2019). *Dinamika Komunitas dan Gaya Hidup Konsumen Kopi di Indonesia*. *Jurnal Ilmu Sosial*, 15(2), 78-90.
- Purwasaha, A., & Lisdiana, A. (2022). SECANGKIR KOPI: POTRET ANTARA KEARIFAN LOKAL DAN GAYA HIDUP MASA KINI.
- Susanti, L., & Mulyadi, S. (2019). Social Media and Coffee Culture among Indonesian Millennials: A Study on Consumption Patterns and Lifestyle. *Journal of Consumer Culture*, 20(2), 135-145.
- Solikatun, D.T., Kartono, D.T., & Demartoto, A. (2015). *Perilaku konsumsi kopi sebagai budaya masyarakat konsumsi: Studi fenomenologi pada peminum kopi di kedai kopi Kota Semarang*. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1), 60-74.
- Widodo, A. (2022). *Kopi dan Lingkungan: Tantangan Industri Kopi dalam Menjaga Keberlanjutan*. Bandung: PT Kopi Rakyat.