

**FUNGSI COFFEE SHOP BAGI MAHASISWA
(STUDI DI COFFEE SHOP UGOKU.CO DAN TITIK KUMPUL COFFEE
BREWERS DI KECAMATAN SEKUPANG KOTA BATAM)**

Oleh: Laras Gemi Nestiti

laras.gemi0640@student.unri.ac.id

Pembimbing: Yusmar Yusuf

yusmaryusuf@lecturer.unri.ac.id

*Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Kampus Bina Widya Jl. Hr. Soebrantas KM. 12.5 Simpang Baru
Pekanbaru 28293 Telp/ FAX 0761-63272*

ABSTRAK

Coffee shop sebagai salah satu ruang publik yang menjadi daya tarik anak muda untuk dikunjungi, hal tersebut dikarenakan fungsi ruang tidak hanya sebatas ruang konsumsi semata, *coffee shop* menjadi fenomena di kalangan muda, sebagai ruang yang memunculkan beragam aktivitas sebagai citra gaya hidup yang dipengaruhi oleh nilai-nilai modernisme. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui latar belakang kunjungan mahasiswa ke *Coffee Shop Ugoku.Co* dan *Titik Kumpul Coffee Brewers* serta fungsi ruang *coffee shop* bagi mahasiswa. Pemilihan subjek penelitian dilakukan dengan aksidental sampel. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kunjungan *coffee shop* bagi mahasiswa dilatarbelakangi oleh pilihan secara rasional dengan mempertimbangkan pilihan dan keuntungan untuk mencapai tujuan, selain itu fungsi ruang menurut Francois Marie Charles Fourier dalam “*the phalanxes*” dan Henri Lefebvre dalam representasi ruang secara sosial, sehingga fungsi *coffee shop* terdefinisikan sebagai ruang rekreasi, ruang relaksasi, ruang belajar, dan *trend* anak muda yang melakukan aktivitas sosial yang menciptakan kebahagiaan di komunitas tersebut.

Kata Kunci: *Coffee Shop*, Mahasiswa, Teori Ruang

**THE SOCIAL FUNCTION OF COFFEE SHOP FOR STUDENTS
(STUDY IN COFFEE SHOP UGOKU.CO AND TITIK KUMPUL COFFEE
BREWERS OF KECAMATAN SEKUPANG KOTA BATAM)**

By: Laras Gemi Nestiti

laras.gemi0640@student.unri.ac.id

Advisor: Yusmar Yusuf

yusmaryusuf@lecturer.unri.ac.id

*Department of Sociology
Faculty of Social and Political Sciences
The campus of Bina Widya HR. Soebrantas Street Simpang Baru Km. 12.5
Pekanbaru 28293 Tel/FAX 0761-3272*

ABSTRACT

The coffee shop phenomenon is one of the public spaces where the place is attractive. It is of the social function of the coffee shop, becomes not just for consumption space, but also well-known among young people, such as students. It has various activities for lifestyle image affected by modernism values. The research aims to know the background visits for students to Coffee Shop Ugoku.Co and Titik Kumpul Coffee Brewers and the social function at the coffee shop for students. A subject of the research by accidental sampling. Based on the result of the research is students visit the coffee shop because of rational choice considering the benefits. Furthermore, the function of space by Francois Marie Charles Fourier in “the phalanxes” and the representative of space function by Henri Lefebvre is intelligibly defined for recreation space, a relaxation space, a trend among young people to do social activities that create a level of happiness in a small community.

Keywords: Coffee shop, students, space theory

Latar Belakang

Fenomena kedai kopi kekinian atau yang saat ini disebut sebagai *coffee shop* di Indonesia mengalami peningkatan, baik *coffee shop* lokal atau pun dari mancanegara. Hal ini dikarenakan oleh peningkatan konsumsi masyarakat terhadap *trend* kopi saat ini. Menurut sejarah *coffee shop* pertama berdiri di tahun 1475, tepatnya di Contatinopel, Turki. Kemudian, kopi meluas hingga ke benua Eropa, ketika Kolschitzhy memperkenalkan racikan kopi dengan susu dan gula, serta disajikan dengan makanan ringan dan juga manis. Menurut Yuliandri (dalam Elly, 2020) bahwa di Inggris telah diperkenalkan tip, koin dimasukkan di kotak kaca sebagai ucapan terima kasih kepada barista. Indonesia sendiri, *coffee shop* dahulunya hanya menyediakan kopi tradisional, seperti sajian kopi pekat yang ditambahkan telur atau pun kental manis. Secangkir kopi dari mesin espresso klasik kini telah berkembang menjadi lebih modern. Sajian lebih variatif, memberikan kesan lebih artistik untuk menarik minat konsumen. Tentu hal tersebut juga dipengaruhi oleh *coffee shop* ritel pertama di Indonesia, *Starbuck* yang telah memberi dampak pada budaya konsumsi kopi sebagai gaya hidup *leisure class*.

Gaya hidup “*the leisure class*” sudah tampak pada ruang bersantai namun memiliki akses *private room*, seperti *lounge* atau *bar*. *Coffee shop* sendiri berkembang menjadi ruang yang menciptakan gaya hidup. Rancangan tata ruang yang modern dan artistik, baik penataan warna dan

hiasan yang mempercantik ruangan terlihat minimalis atau mewah.

Masyarakat di kota Metropolitan sangat dipengaruhi bagaimana pembentukan citra gaya hidup akan membentuk identitas sosialnya. Menurut Suyanto (2017) bahwa budaya citra (*image culture*) dan budaya citra rasa (*taste culture*) memiliki perananan penting dalam pembentukan gaya hidup. Terlihat bagaimana individu berlomba-lomba mencapai taraf tertinggi dari status sosial. Keterlibatan individu dengan relasi sosial telah dipengaruhi oleh digitalisasi dan globalisasi, sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa perilaku, hasrat, dan gaya hidup yang mereka miliki dipengaruhi oleh nilai-nilai modernisme.

Coffee shop, salah satu ruang publik untuk berbincang sembari menikmati secangkir kopi, kini telah mengalami perkembangan, tata ruang lebih teratur, fasilitas tersedia sangat beragam, dan suasana selama berada di *coffee shop* telah mempengaruhi konsumen ketika mengunjungi tempat tersebut. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan *coffee shop* yang kini diminati oleh masyarakat Indonesia.

Tabel 1
Faktor Perubahan *Coffee Shop*

No	Faktor	Zaman Dahulu	Zaman Sekarang
1	Budaya	Sebagai ruang konsumsi dan ruang interaksi sosial	Tidak hanya sebagai ruang interaksi sosial, namun berkembang menjadi gaya hidup (pola konsumsi, pola

			perilaku, dan cara berpakaian)
2	Arsitektur	Sederhana	Mengusung konsep kekinian, seperti <i>aesthetic</i> dan cenderung <i>instagramable</i>

No	Kecamatan	Jumlah (Unit)
1	Belakang Padang	-
2	Bulang	-
3	Galang	-
4	Sei Beduk	3
5	Sagulung	5
6	Nongsa	4
7	Batam Kota	18
8	Sekupang	17
9	Batu Aji	10
10	Lubuk Baja	4
11	Batu Ampar	4
12	Bengkong	4
Jumlah		69

3	Dominasi konsumen	laki-laki dewasa dengan usia rata-rata 30 tahun	Tidak hanya laki-laki, namun dinikmati oleh perempuan dan kalangan anak muda
4	Fasilitas	Tidak ada <i>wifi, live music, games board</i>	Menyediakan <i>wifi, live music, atau pun games board</i>
5	Peran Media Sosial	Media sosial yang terbatas dan bukan sebagai media promosi	Sebagai salah satu cara promosi
6	Kehadiran platform <i>ride hailing</i>	Tidak ada platform <i>digital</i> yang menyediakan	Berbagai platform <i>digital</i> yang menyediakan

		jasa layanan pesan-antar	jasa layanan pesan-antar
--	--	--------------------------	--------------------------

Sumber: Irwanti Said (2017) dan Data Olahan

Pengaruh *coffee shop* telah mengalami perkembangan fungsi, dengan faktor suasana, fasilitas, dan lokasi yang strategis memberikan ruang untuk berkumpul, mengerjakan tugas, dan menganggap bahwa minum kopi sebagai gaya hidup kekinian. Kota Batam dengan pertumbuhan penduduk tertinggi di antara kota di Kepulauan Riau. Terlebih lagi bahwa kota ini salah satu dengan pertumbuhan *coffee shop* yang pesat, dimana sebanyak enam puluh sembilan dari dua belas kecamatan. Antusiasme tersebut telah membentuk pola-pola yang ditunjukkan anak muda sebagai ruang publik baru, yang disebut sebagai “tempat tengkorongan”, sehingga tak heran bagaimana anak muda Kota Batam tak hanya menikmati secangkir kopi, tetapi beragam aktivitas yang dilakukan bersama dengan kelompok interaksinya. Berikut data *coffee shop* di Kota Batam.

Tabel 1.2

Jumlah *Coffee Shop* berdasarkan Kecamatan
 Sumber: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Batam (2021)

Berdasarkan tabel tersebut bahwa pertumbuhan *coffee shop* telah menjamur di kota industri ini. *Coffee shop* kemudian menjelma menjadi ruang publik baru bagi kalangan anak muda telah memunculkan berbagai nilai, sikap, atau pun perilaku yang menjadi gaya hidup mereka. Ketertarikan mahasiswa untuk mengunjungi *coffee shop* ini selain

harga yang terjangkau, *instagramable*, juga memberikan ruang yang nyaman untuk melakukan berbagai aktivitas di *coffee shop* tersebut. Oleh karena itu, peneliti meyakini bahwa telah terjadi pergeseran fungsi *coffee shop* bagi kalangan masyarakat modern, terkhusus mahasiswa di Kota Batam. Berkaitan dengan fenomena ini bahwa peneliti tertarik dan ingin membahas secara mendalam, dimana judul penelitian ini adalah “Fungsi *Coffee Shop* bagi Mahasiswa (Studi di *Coffee Shop Ugoku. Co* dan *Titik Kumpul Coffee Brewers* di Kecamatan Sekupang Kota Batam). Penelitian ini nantinya akan menjelaskan faktor yang melatarbelakangi mahasiswa berkunjung ke *coffee shop* tersebut serta menjelaskan secara mendalam bagaimana mahasiswa memberikan pandangan terhadap fungsi *coffee shop* di kedua tempat tersebut. Sebagai daya tarik pengujung dari kalangan mahasiswa dalam memilih *coffee shop* sebagai *meeting point* bagi mereka. Harapan agar tercapai usaha untuk menemukan penjelasan dari fungsi *coffee shop Ugoku. Co* dan *Titik Kumpul Coffee Brewers* di Kecamatan Sekupang, Kota Batam.

Rumusan Masalah

Berikut batasan serta memfokuskan masalah dalam penelitian ini:

1. Apa faktor yang melatarbelakangi mahasiswa berkunjung ke *Coffee Shop Ugoku.Co* dan *Titik Kumpul Coffee Brewers* di Kecamatan Sekupang Kota Batam?

2. Bagaimana fungsi *coffee shop* secara sosiologis bagi mahasiswa di *Coffee Shop Ugoku.Co* dan *Titik Kumpul Coffee Brewers* di Kecamatan Sekupang Kota Batam?

Tujuan Penelitian

Berikut tujuan di dalam penelitian tersebut:

1. Mengetahui faktor yang melatarbelakangi mahasiswa berkunjung ke *Coffee Shop Ugoku.Co* dan *Titik Kumpul Coffee Brewers* di Kecamatan Sekupang Kota Batam.
2. Menjelaskan fungsi *coffee shop* bagi mahasiswa di *Coffee Shop Ugoku.Co* dan *Titik Kumpul Coffee Brewers* di Kecamatan Sekupang Kota Batam.

Manfaat Penelitian

1. Hasil dari penelitian tersebut diharapkan mampu memberikan referensi dan sumbangan untuk memperkaya kajian sosiologi, khususnya sosiologi perkotaan berkaitan dengan fungsi *coffee shop* bagi mahasiswa.
2. Hasil dari penelitian diharapkan mampu memberikan sumber acuan dan evaluasi untuk penelitian selanjutnya terkait dengan fungsi *coffee shop* bagi mahasiswa.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori Pilihan Rasional

James Samuel Coleman menjelaskan perspektif pilihan rasional dalam jurnalnya *Rationality and Society* di tahun 1989. Menurut Coleman bahwa terdapat dua unsur dari teori tersebut, yakni, sumber daya dan aktor. Dimana aktor sebagai individu menggunakan preferensi secara sadar dalam mencapai tujuan. Sedangkan sumber daya, diartikan sebagai peranan aktor memanfaatkan segala sesuatu yang bisa dikendalikan untuk mencapai tujuan. Sehingga, hasil akhir dari tindakan yang dilakukan aktor dalam mencapai tujuan tertentu, disebut sebagai teori pilihan rasional.

Kemudian, James S. Coleman juga menggunakan proposisi rasionalitas untuk mengukur suatu tindakan aktor bisa dikategorikan sebagai tindakan rasional. Ketiga proposisi tersebut adalah *cost*, *reward*, dan *profit*, (dalam Rachmad, 2020). Jika disederhanakan bahwa aktor akan mengukur pengorbanan yang dilakukan dengan imbalan yang didapatkan sebagai keuntungan atau sebaliknya. Penilaian tersebut diperoleh dari perhitungan atas preferensi yang dimiliki aktor secara sadar dan rasional untuk melakukan tindakan sebagai upaya mencapai tujuan. Teori pilihan rasional sebagai landasan untuk mendeskripsikan setiap tindakan aktor akan dikaitkan dengan preferensi dan sumber daya yang mempengaruhinya dalam mencapai tujuan.

2. Teori Fungsi Ruang

Menurut Purwanto (2016) bahwa pemaknaan ruang *coffee shop* sebagai “*fresh and pleasure*”. Dimana ruang yang bersih, terang, dan menarik secara visual, sedangkan *pleasure* dimaknai sebagai ruang yang membentuk suasana yang menyenangkan, bahagia, dan kepuasan. Sehingga pengunjung atau pekerja di *coffee shop* merasakan suasana tenang dan nyaman dari perancangan interior yang dibangunnya. Lebih lanjut *coffee shop* besar juga menyediakan *open bar*, bagi pengunjung yang memilih melihat secara langsung proses *brewing*. Selain itu, terdapat *private space*, *workshop*, *indoor* atau pun *outdoor*, untuk memberikan kebebasan pengunjung beraktivitas di dalam ruang *coffee shop* tersebut. Pemilihan pencahayaan yang tepat dan warna ruangan, secara psikologis pun membantu pengunjung merasakan suasana yang nyaman dan meningkatkan produktivitas selama di *coffee shop* tersebut.

Francois Marie Charles Fourier menerangkan istilah the phalanxes, dimana kehidupan sosial yang ideal berada pada komunitas yang kecil dan bahagia. Lagipula, peradaban saat ini yang telah dipengaruhi oleh kesalahan-kesalahan, seperti kejahatan pada dunia industri. Sehingga, kombinasi dan kekayaan yang sempurna, bila individu menciptakan kebahagiaan dengan kemampuannya sendiri, berdasar dari teori psikologis Fourier tentang analisis karakter manusia, (dalam Ragip & Herrade, 2018). , hal tersebut ditentukan oleh (*natural order*), dimana diinginkan oleh Tuhan

dan (*societary order*), dimana telah dipengaruhi oleh peradaban. Pemikiran tersebut menegaskan bahwa peradaban saat ini haruslah kembali kepada *natural God*, yang lebih mengenal serta bekerja sama antar individu. Lagipula, individu akan berperilaku secara natural dan spontan atas hukum alam yang berlaku. Selanjutnya, pandangan dari tokoh aliran neo marxis, Henri Lefebvre, Henri menjelaskan bahwa ruang diproduksi secara sosial terhadap ruang yang dibentuk dengan sendirinya oleh masyarakat tersebut. Lebih lanjut menurutnya ruang tidak lagi dipandang sebagai kapital, namun relasi produksi tidak mungkin berjalan tanpa adanya ruang, sehingga ruang adalah entitas dinamis yang terus memproduksi. Ruang yang dikonseptualisasi dengan sendirinya. Walaupun secara terstruktur, ruang telah terdefinisi dan memiliki batasan fungsi awal, namun nyatanya pergerakan sosial telah merepresentasikan ruang secara dominan.

3. Coffee Shop

Coffee shop merupakan ruang dengan tata artistik dan modern yang menyediakan berbagai variasi makanan dan minuman kekiniaan nonalkohol, dilengkapi dengan fasilitas, seperti *wifi*, *live music*, *games board*, *steker* di tiap tempat duduk. Hal ini yang menarik pengunjung untuk bertahan lebih lama sambil menjalankan aktivitas di *coffee shop* tersebut. *coffee shop* besar juga menyediakan *open bar*, bagi pengunjung yang memilih melihat secara langsung proses *brewing*. Selain

itu, terdapat *private space*, *workshop*, *indoor* atau pun *outdoor*, untuk memberikan kebebasan pengunjung beraktivitas di dalam ruang *coffee shop* tersebut.

4. Mahasiswa

Siswoyo mendefinisikan mahasiswa sebagai individu yang sedang menimba ilmu di tingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga yang setingkat dengan perguruan tinggi. Hartaji memberikan penafsiran tentang mahasiswa adalah seseorang yang sedang menimba ilmu atau belajar yang terdaftar di salah satu perguruan tinggi, seperti akademi, politeknik, institut, sekolah tinggi, atau universitas, dalam (Hulukati & Djibrin, 2018). Keterkaitan dengan penelitian tersebut adalah mahasiswa menjadi menjadi aktor dalam perubahan dan dampak dari nilai-nilai modernisme, salah satunya perubahan gaya hidup. Mahasiswa mengunjungi *coffee shop* tidak hanya sebatas untuk menikmati secangkir kopi hitam tradisional, namun pergeseran budaya "*the leisure class*" yang muncul di *coffee shop* tersebut. Sehingga, bagi mahasiswa ruang menjadi salah satu cara untuk menikmati waktu luang sebagai "tempat tongkrongan".

METODE PENELITIAN

Adapun metode dalam penelitian tersebut adalah metode wawancara mendalam. Metode yang melibatkan informan dalam melihat dan memahami kondisi serta situasi sosial yang terlibat dalam proses menemukan jawaban penelitian.

Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Sekupang, Kota Batam, tepatnya di *Coffee Shop Ugoku.Co* dan *Titik Kumpul Coffee Brewers*.

Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang mengunjungi *Coffee Shop Ugoku. Co* dan *Titik Kumpul Coffee Brewers* di Kecamatan Sekupang, Kota Batam dan tim manajemen dari kedua *coffee shop* tersebut. Peneliti memilih teknik *accidental sampling*, dimana bersifat kebetulan dan informan mampu menjawab berkaitan dengan fenomena penelitian.

Sumber Data

Data primer diperoleh melalui wawancara kepada mahasiswa yang mengunjungi *Coffee Shop Ugoku. Co* dan *Titik Kumpul Coffee Brewers* di Kecamatan Sekupang, Kota Batam. Selanjutnya, data sekunder diambil melalui riset terdahulu, jurnal yang telah dipublikasikan, serta website resmi, selain itu peneliti juga menggunakan data yang didapatkan melalui *Instagram*, sebagai salah satu media jejaring sosial yang digunakan sebagai pengunjung dan pemilik dari *coffee shop* tersebut.

Teknik Pengumpulan

1. Wawancara
Melakukan tanya-jawab secara mendalam kepada informan, hasil tersebut telah direkam peneliti melalui alat bantu

perekam. Metode semi terstruktur untuk menyiapkan poin-poin yang berkembang sesuai dengan kebutuhan di lapangan.

2. Observasi
Kegiatan dengan turun langsung ke *coffee shop* untuk melihat bagaimana fungsi *coffee shop* secara sosiologis bagi mahasiswa.
3. Dokumentasi

Analisis Data

Lexy J. Moleong (2009) menjelaskan pengertian analisis data kualitatif adalah usaha yang berkaitan dengan data, mengorganisasikan data, memilah menjadi satu kesatuan, lalu disitesiskan, mencari, serta menemukan pola yang berkaitan dengan penelitian, kemudian diputuskan apa yang nantinya disimpulkan kepada orang lain.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Pilihan Rasional Kunjungan Mahasiswa ke *Coffee Shop Ugoku.Co* dan *Titik Kumpul Coffee Brewers* adalah faktor suasana sebagai ruang untuk berkumpul dan mencari ketenangan dari kesibukan sehari-hari.
2. Fungsi *Coffee Shop* secara sosiologis bagi Mahasiswa adalah fenomena *coffee shop* ditandai oleh aktivitas-aktivitas sosial, dimana berbagai kegiatan atau perkumpulan yang dimaknai dari sudut pandang sosial, sehingga fungsi ruang telah terdefiniskan

secara abstrak sebagai ruang rekreasi, ruang relaksasi, ruang belajar, dan *trend* anak muda.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan berikut kesimpulan fungsi dari *coffee shop* secara sosiologis bagi mahasiswa:

1. Mahasiswa yang mengunjungi ke dua *coffee shop* tersebut di dominasi oleh laki-laki. Faktor kunjungan dari variasi menu yang kekiniaan, harga, tata ruang yang estetik, populer, serta lokasi yang strategis sebagai tindakan yang mempertimbangkan rasional nilai dan preferensi dalam mengunjungi *Coffee Shop Ugoku.Co* dan *Titik Kumpul Coffee Brewers*
2. Fungsi ruang *coffee shop* telah bergeser sebagai fenomena gaya hidup "*the leisure class*" bagi mahasiswa. Perubahan nilai-nilai modernisme yang menjadikan ruang sebagai ruang rekreasi, ruang relaksasi, ruang belajar, serta *trend*. Sehingga ruang telah terdefiniskan secara subjektif dan abstrak yang membentuk kebahagiaan (jasmani dan spiritual) di dalam komunitasnya tersebut.

Saran

Berdasarkan penelitian dan data yang didapatkan, berikut peneliti tuang mengenai saran sebagai harapan keberlangsungan dalam penulisan tersebut.

1. Kehadiran *coffee shop* diharapkan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat luas, beragam kegiatan positif dan bermanfaat sebagai proses interaksi positif untuk menjaga keteraturan dalam berhubungan sosial.
2. Peneliti mengharapkan mampu menjadi bahan literasi yang berkaitan dengan fenomena fungsi *coffee shop* secara sosiologis, baik masyarakat, lembaga sosial, atau instansi terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, Jivita Dwi, 2016, *Upaya Disabilitas dalam Eksistensi Sosial Sebagai Subjek (Self) (Studi pada Himpunan Disabilitas Kabupaten Bojonegoro)*, Skripsi, Malang.
- Damsar & Indrayani, 2017, *Pengantar Sosiologi Perkotaan*, Jakarta: Kencana.
- _____, 2018, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Kencana.
- Ege, Ragip & Igersheim, Herrade, 2018, *The Individual and the Other in Economic Thought*, New York: Routledge.

- Fauzi, Ahmad, 2017, Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar), *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, Vol. 1, No 1, 4.
- Hastuti, Diah Retno Dwi, Dkk, 2018, *Ringkasan Kumpulan Mazhab Teori Sosial (Biografi, Sejarah, Teori, dan Kritikan)*, Makassar: CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- Hulukati, Wenny & Djibrán, Moh. Rizki, 2018, Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo, *Jurnal Bikotetik*, Vol. 02 (No. 01), 74.
- Johnson, Doyle, 1981, *Teori Sosiologi Klasik dan Modern* (Robert M.Z. Lawang, Penerjemah), Jakarta: Gramedia.
- Kurniawan, Kevin Nobel, 2020, *Kisah Sosiologi Pemikiran yang Mengubah Dunia dan Relasi Manusia*, Jakarta: Pustaka Obor.
- Mahaswara, Hamada Adzani, 2016, Menggugat Ruang Publik Melalui Gerakan Masyarakat (Studi Kasus Gerakan Warga Berdaya di Yogyakarta), *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Vol. 3, No. 2, 28.
- Matthew, B. Miles & Michael, A Hubermas, 2007, Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru, Jakarta: UI Press.
- Muawanah, Imroatun, 2019, Fenomena Maraknya Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Metro (Studi Pada Mahasiswa Iain Metro), *Skripsi*, Metro Lampung.
- Mursyidin, 2018, Pergeseran Pola Interaksi Warung Kopi pada Masyarakat Aceh Barat, *Community*, Vol. 4 (No. 2).
- Moleong, Lexy J, 2007, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nediari, Amarena & Hendrassukma, Dila, 2018, Transformasi Desain Interior Kedai Kopi dalam Mendukung Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Penikmat Kopi Lokal Indonesia di Jakarta, *Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial*, Vol. 1, 290.
- Putra, Edy Yulianto, 2020, Analisis Tingkat Kunjungan Kembali Konsumen pada *Local Coffee Shop* di Kota Batam, *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, Vol. 14, No. 2, 135.
- Putri, Desty Nadirah & Deliana, Yosini, 2019, Perbedaan Preferensi Konsumen Generasi Z antara *Coffee Shop* Besar dan *Coffee Shop* Kecil di Kecamatan Coblong Kota Bandung, *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah*

- Berwawasan Agribisnis, Vol. 06 (No. 01), 78.*
- Prastowo, Rockhmad, 2008, *Karakteristik Sosial Ekonomi dan Perilaku Kerja Perempuan Pedagang Asongan, Skripsi, Surakarta.*
- Purwanto, Edi, 2014, Privatisasi Ruang Publik dari Civic Centre Menjadi Central Business District (Belajar dari Kasus Kawasan Simpang Lima Semarang), *Tata Loka, Vol. 16, (No. 03), 157.*
- Purwanto, Gabriel Indra, 2016, Perancangan Interior *Coffee House* di Surabaya, *Jurnal Intra, Vol. 4, (No.2), 651-660.*
- Rasmikayati, Elly, Afriyanti, Sintia, & Saefudin, Robby Rachmat, 2020, Keragaan, Potensi, dan Kendala pada Usaha Kedai Kopi di Jatinangor (Kasus pada *Beliki Coffee Shop* dan *Balad Coffee Works*), *Agritech, Vol. 1, No. 1, 29.*
- Said, Irwanti, 2017, Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern. *Jurnal Al-Khitabah, Vol. 03 (No. 01), 37-38.*
- Solikatun, 2015, Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang, *Jurnal Analisa Sosiologi, Vol.4, No. 1.*
- Raco, Jozef, 2018, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono, 2012, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV Alfabeta.
- Susiolo, Rachmad K. Dwi, Pilihan Rasional Individu Menikah pada Usia Dini di Kabupaten Trenggalek, *Jurnal Ilmiah Politik, Kebijakan, dan Sosial (Publicio), Vol. 2 (No. 2), 1-13.*
- Suyanto, Bagong, 2017, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, Jakarta: Kencana.
- Soehartono, 2011, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: PT. Remaja Risdakary.
- Friorita, Tiarafica Rizki, 2016, *Coffee Shop* di Kota Pekanbaru (Kajian Kasus), *JOM FISIP, Vol. 3, (No. 2).*
- Urry, John & Novenanto, Anton, 2017, Sosiologi Ruang dan Tempat, *Jurnal Kajian Ruang Sosial dan Budaya, Vol. 01, No. 01, 3-15.*
- Usman, Sunyoto, 2012, *Sosiologi Sejarah, Teori, dan Metodologi*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, 2020.
- Badan Pusat Statistik Kota Batam, 2021.

Website:

(<https://toffin.id/riset-toffin/>, diakses tanggal 24 Maret 2021)

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/24/konsumsi-kopi-domestik-di-indonesia-terus-meningkat-selama-5-tahun-terakhir>, diakses tanggal 24 Maret 2021).