

BAB IV

KESIMPULAN

Gaya hidup penggemar *coffee shop* UD Mitra direpresentasikan dari beberapa aspek terutama sikap dan motif. Gaya hidup anak muda penggemar UD Mitra bersikap humanis, ramah, terbuka, dan komunikatif yang tercermin dalam sikap para pengunjung UD Mitra yang berkelompok dengan komunitas yang dinamis. Secara pengalaman dan pengamatan, pengunjung UD Mitra mendapatkan hasil yang baik dari interaksi sosial di UD Mitra terutama untuk menunjang karir, menambah relasi, dan meningkatkan kreativitas. Selain itu, para pengunjung juga memiliki kepribadian yang ramah, bersahaja, dan terbuka. Kepribadian ini eksis hingga kini dengan bertahannya berbagai komunitas dan industri kreatif di UD Mitra. Sedangkan, motif pengunjung untuk berkumpul dan minum kopi di UD Mitra adalah untuk penyegaran (*refreshing*) setelah penat beraktivitas seharian, mencari referensi dan meningkatkan kreativitas, dan menambah relasi.

Perilaku pengunjung *coffee shop* UD Mitra dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor sosiologis yang berpengaruh pertemanan sesuai komunitas atau teman di tempat kerja atau kuliah. Faktor sosiologis ini kemudian teridentifikasi berfokus pada industri kreatif seperti seni musik, modeling, desain, wirausaha, dan sejenisnya. Faktor lingkungan fisik yang mempengaruhi adalah aspek ketersediaan kopi di daerah asal pengunjung *coffee shop* UD Mitra. Misalnya, pengunjung yang berasal dari Sumatera lebih intens berkunjung karena di daerah asal berlimpah kopi, sehingga konsumsi kopi sudah menjadi kebiasaan sehari-hari. Berikutnya, faktor budaya berpengaruh juga terhadap perilaku anak muda berkumpul dan minum kopi seperti budaya wedangan dan angkringan di Jawa Bagian Tengah yang menjadi asal mula perilaku *ngopi* bagi masyarakat modern. Terakhir, faktor psikologis mirip dengan sikap dan kepribadian penggemar kopi yang ramah, terbuka, humanis, dan komunikatif. Faktor psikologis seorang penggemar kopi biasanya didominasi oleh perasaan lelah, pikiran yang jenuh, dan motif untuk mencari

ketenangan dan hiburan. Ini sejalan dengan tujuan anak muda yang berkunjung ke UD Mitra bahwa mereka minum kopi sebagai perantara untuk dapat berkumpul dengan teman dan meluapkan perasaan juga keluh kesahnya. Selain mengurangi beban pikiran karena masalah yang dihadapi sudah diceritakan atau dibagi ke teman-teman, pengunjung UD Mitra juga merasa mendapatkan manfaat dan dampak positif ketika pulang dari UD Mitra.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Fathani. (2016). *Metode Penelitian dan Tekni Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ahmad Fauzi, I Nengah Punia, & Gede Kamajaya. (2017). “Budaya *Nongkrong* Anak Muda Di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar)”. *Jurnal Ilmiah Sosiologi Vol. 1 No. 1*.
- Ahmad Jaenudin. (2015). “Gaya Hidup *Nongkrong* Mahasiswa Di Kafe (Studi di Andromeda Cafe and Music dan Monopoli Garden House Cafe Malang)”. *Jurnal Ilmiah Sosiologi Vol. 12 No. 9 Hlm 55-81*.
- Ahmadi, Abu. (2001). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ardietya Kurniawan & Muh Rosyid Ridlo. (2017). “Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi”. *Jurnal Sosiologi DILEMA Vol. 32 No. 1 Hlm. 9-22*.
- Ashar Sunyoto Munandar. (2014). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI Presss.
- David Chaney. (1996). *Lifestyle : Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Penerbit Jalasutra
- Ekawati Rahayu Ningsih. (2010). *Perilaku Konsumen, Pengembangan Konsep, dan Praktek Dalam Pemasaran*. Kudus: Nora Media Enterprise.
- Elly Herlyana. (2012). “Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda”. *Jurnal Thaqafiyat Vol. 13, No.1 hal 188*.
- Farhan Nurikhsan, Webby Salsabila Indrianie, & Dini Safitri. (2020). “Fenomena *Coffee shop* Di Kalangan Konsumen Remaja”. *Jurnal Widya Komunika Vol. 9 No. 2 Hlm. 137-145*.
- Gabriella Marysca E. N., Ari Rorong, & Very Y Londa. (2020). “Perilaku Masyarakat Di Era Digital (Studi Di Desa Watutumou III Kecamatan

Kalawat Kabupaten Minahasa Utara)”. *Jurnal Administrasi Publik Vol. 6 No. 92*.

George Ritzer & Douglas J. Goodman. (2012). *Teori Sosiologi Klasik – Post Modern Edisi Terbaru (Trans: Nurhadi)*. Yogyakarta: Penerbit Kreasi Wacana.

George Ritzer. (2014). *Teori-Teori Perkembangan Sosial*. Jakarta : Erlangga Hurlock

Gunawan, A.H. (2001). *Sosiologi pendidikan : suatu analisis sosiologi tentang pelbagai problem Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta

Hendi Pradika. (2020). “Pertumbuhan Bisnis Kedai Kopi”. Swa.co.id diakses pada 13 September 2021 melalui link <https://swa.co.id/swa/trends/pertumbuhan-bisnis-kedai-kopi#:~:text=Dikutip%20dari%20bisnis.com%5B%20menurut,mencapai%208%25%E2%80%94%25>.

Hurlock, E.B. (1999). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Alih bahasa: Istiwidayati & Soedjarwo. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.

Husen Umar. (2002). *Metode Riset Komunikasi Organisasi: Sebuah Pendekatan Kuantitatif Dilengkapi dengan Contoh Proposal dan Hasil Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Ira arta, *Globalisasi Ubah Gaya hidup Lewat Starbucks Coffee* pada situs: <https://www.kompasiana.com/iraarta/globalisasi-ubah-gaya-hidup-lewat-starbucks-coffee57db9293cc92739342bbad59>, diakses pada tanggal 28 Agustus 2021 pukul 20:51

James F. Engel dkk. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.

Jess Feist, Gregory J. Feist & Tomi-Ann Roberts. (2017). *Teori Kepribadian Edisi Delapan*. Jakarta: Salmeba Yumanika.

- Jhon C. Mowen & Michael Mino. (2002). *Perilaku Konsumen*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Joseph T. Plummer. (1974). "The Concept of Life Style Segmentation". *Journal of Marketing*, Vol 38 pp. 33-37
- Kelvianto Suisa & Veronica Febrilia. (2014). "Gaya Hidup Minum Kopi Konsumen Di *The Coffee Bean & Tea Leaf* Plasa Tunjungan Surabaya". *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* Vol. 2 No. 2
- Kholik, Nadia S. (2018). *Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop (Studi Kasus Pada Coffee Shop "Starbucks" di Mall Botani Square Bogor)*. Skripsi S1 Prodi Pendidikan IPS. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kirgiz A. (2014). "Hedonism, A Consumer Disease of The Modern Age: Gender and Hedonic Shopping in Turkey". *Global Media Journal* Vol 4 No. 8.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kumparan.com, *Ada 3.000 Kedai Kopi di Seluruh Jogja*, pada situs: <https://kumparan.com/pandangan-jogja/ada-3-000-kedai-kopi-di-seluruh-yogya-terpadat-di-indonesia-1ympBAIlgDYG/1>, diakses pada 30 Desember 2022 pukul 11:58
- Lexy J. Moleong. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mardalis. (1999). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nanang Martono. (2016). *Sosiologi Perubahan Sosial Perspektif Klasik, Modern, Postmodern, dan Poskolonial edisi Revisi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Narwoko, J. Dwi dan Suyanto, Bagong (editor). 2010. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan edisi ketiga*. Jakarta : Prenada Media Group

- Novia Theresia Br. Sembiring. (2020). *Gaya Hidup Anak muda (Studi Kasus Pengunjung Cafe Live Music Holywings di Kota Medan)*. Medan: Skripsi Universitas Sumatera Utara (USU) diunduh 18 Agustus 2021 melalui <http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/27681/150901001.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nugraheni. (2003). *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*. Surakarta: Skripsi Fakultas Psikologi UMS.
- Nugroho J. Setiadi. (2010). *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Kencana.
- Nurdien Harry Kistanto. (2012). “Gaya Hidup Masyarakat Pascamodern”. *Jurnal Sabda Volume 11*.
- Nurul Zuriah. (2009). *Metode Penelitian Sosial & Pendidikan (Teori-Aplikasi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Prasetya Irawan. (2004). *Logika dan Prosedur Penelitian*. Jakarta: STIA-LAN Press.
- Retno Budi Wahyuni, Ety Soesilowati, & Eva Banowati. (2016). “Gaya Hidup Remaja Kelas Menengah Kota Pekalongan”. *Journal of Educational Social Studies Volume 5 Number 2 Page 97-103*.
- Ristiyanti Prasetyo & John J.O.I Ihalauw. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ritzer, G., & Goodman. (2007). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Rudy Widjaja. (2015). *Warung Tinggi Coffee: Kopi Legendaris Tertua di Indonesia Sejak 1878*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Rusmin Tumanggor dkk. (2012). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Salsabila Annisa Azmi. (2022). “Coffee shop di Jogja, Benarkah Jadi Ruang Pamer Fashion yang Mengintimidasi” pada situs <https://mojom.co/susul/geliatwarga/coffee-shop-di-jogja-benarkah-jadi-ruang-pamer-fashion-yang-mengintimidasi/> diakses pada 30 Desember 2022
- Sarliro W. Sarwono. (2016). *Psikologi Remaja edisi revisi*. Jakarta : PT Raja GrafindoPersada.
- Selvi & Lestari Ningrum. (2020). “Gaya Hidup Minum Kopi Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus Pada Kopi Kenangan Gandaria City-Jakarta). *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah Volume 14 Nomor 11 Hlm. 23-30*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- William H. Ukers. (1999). *All about coffee*. New York: The Tea and Coffee Trade Journal Company.
- Witri Azzahro. (2022). *Women and Coffee: Kajian Tentang Perilaku Konsumen Perempuan di Kedai Kopi Kota Bandar Lampung*. Skripsi Sosiologi Universitas Lampung
- Yulindra T. Mustika. *Evolusi Kedai Kopi*. majalah.ottencoffee.co.id. diakses pada 20 September 2021

Lampiran: Kuesioner Penelitian

A. Responden *Owner* dan *Marketing* UD Mitra

1. Berapa usia anda?
2. Apa latar belakang dan jenjang pendidikan anda?
3. Apa yang menginspirasi anda untuk membangun *coffee shop* UD Mitra?
4. Bagaimana proses anda membangun *coffee shop* UD Mitra?
5. Apa konsep utama *coffee shop* UD Mitra sehingga menjadi salah satu *coffee shop* yang digemari anak muda?
6. Apa saja fasilitas yang UD Mitra berikan sehingga pelanggan nyaman dan kembali lagi?
7. Bagaimana proses promosi UD Mitra mempengaruhi anak muda untuk terus berkunjung?
8. Menurut anda, apa yang membuat anak muda gemar minum kopi di UD Mitra?

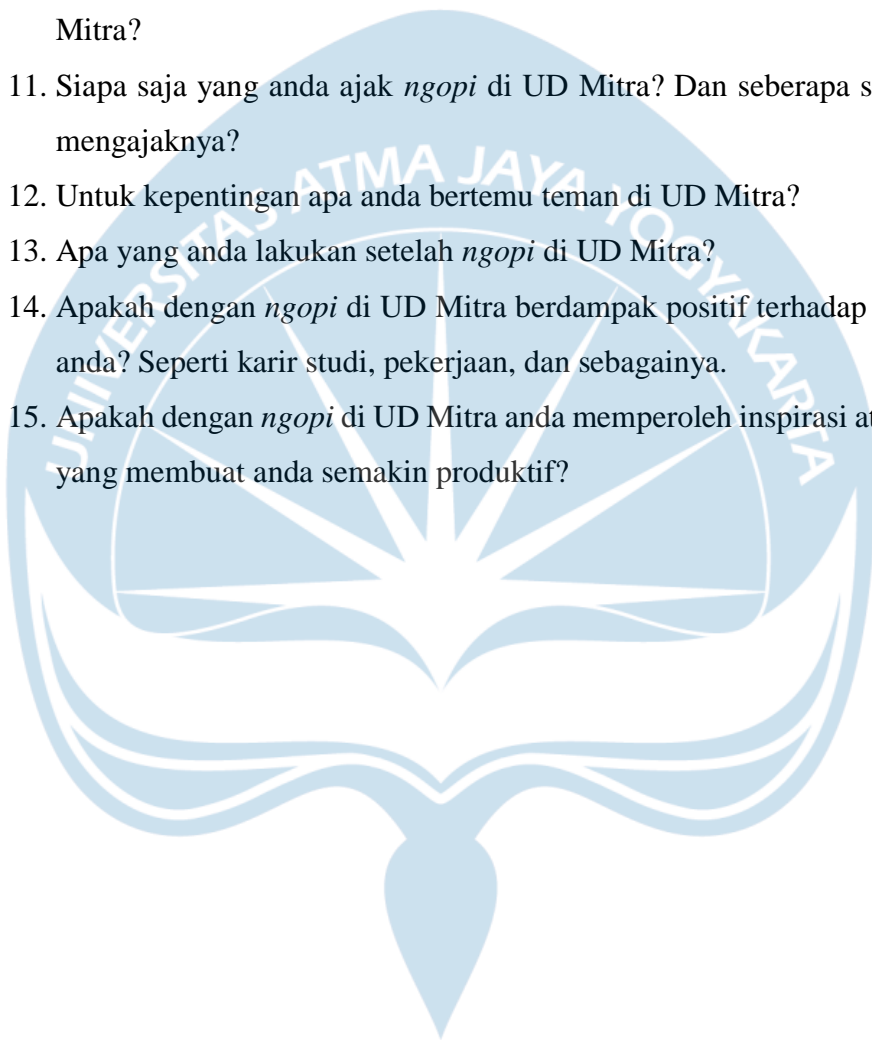
B. Responden Karyawan atau *Bar Tender* UD Mitra

1. Berapa usia anda?
2. Apa latar belakang dan jenjang pendidikan anda?
3. Berapa banyak anda membuat kopi atau minuman rata-rata setiap hari?
4. Apa menu yang paling banyak dipesan oleh pelanggan?
5. Dimana tempat duduk yang paling banyak diminati pelanggan?
6. Kenapa pelanggan memilih menu dan tempat duduk tersebut?
7. Menurut anda, apa profesi mayoritas pelanggan UD Mitra?
8. Menurut pengamatan anda, apa tujuan pelanggan nongkrong atau ngopi di UD Mitra?

C. Responden Pengunjung UD Mitra

1. Berapa usia anda?
2. Dimana tempat anda tinggal dan dimana kampung halaman?
3. Anda berasal dari suku apa?
4. Apa latar belakang dan jenjang pendidikan anda?
5. Berapa pendapatan/penghasilan anda dalam satu bulan?

6. Berapa kali anda *ngopi* di UD Mitra dalam satu bulan?
7. Apakah anda menggunakan semua social media?
8. Apa social media yang anda paling sering gunakan?
9. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap gaya hidup anda untuk *ngopi* di *coffee shop* saat ini?
10. Apa *trend* yang anda ikuti untuk menikmati kopi sambil beraktivitas di UD Mitra?
11. Siapa saja yang anda ajak *ngopi* di UD Mitra? Dan seberapa sering anda mengajaknya?
12. Untuk kepentingan apa anda bertemu teman di UD Mitra?
13. Apa yang anda lakukan setelah *ngopi* di UD Mitra?
14. Apakah dengan *ngopi* di UD Mitra berdampak positif terhadap kehidupan anda? Seperti karir studi, pekerjaan, dan sebagainya.
15. Apakah dengan *ngopi* di UD Mitra anda memperoleh inspirasi atau hal lain yang membuat anda semakin produktif?



LAMPIRAN: REKAPITULASI WAWANCARA**INFORMAN PENGUNJUNG**

Pertanyaan	Nama Responden				
	Alif Trianto	Nadia Chandrika	M. Ikhsan Saputra	Johanes Valentino Simanjuntak	Ayu Sloka Putri Mayun
Usia	<i>23 Tahun</i>	<i>24 Tahun</i>	<i>27 Tahun</i>	<i>25 Tahun</i>	<i>23 Tahun</i>
Pekerjaan	<i>Mahasiswa</i>	<i>Lulusan S1, Job Seeker</i>	<i>Entrepreneur</i>	<i>Disk Jockey (DJ)</i>	<i>Freelance Model</i>
Dimana tempat anda tinggal dan dimana kampung halaman?	Sekarang tinggal di Jogja, seturan dan kampung halaman saya di Batam, Kepulauan Riau	Saya tinggal di jogja, asli orang sini	Sekarang tinggal di Jakarta, kampung halaman di Pekanbaru	Saya tinggal di maguwo, jogja. Kampung halaman di Medan	Sekarang aku dah menetap di jogja, tapi kampung halaman aku tu asalnya dari lampung
Anda berasal dari suku apa?	Saya sukunya Jawa	Sukunya suku jawa	Suku saya melayu	Suku saya Batak	Aku berasal dari suku bali kebetulan, tapi lahir dan besar di lampung
Apa latar belakang dan jenjang pendidikan anda?	Mahasiswa di semester akhir	Lulusan S1	Saya lulusan S1 Manajemen	Pekerjaan saya DJ, lulusan S1 Teknik Pertambangan UPN Veteran.	Aku masih mahasiswi tingkat akhir, calon sarjana haha. Kalau latar belakang selain mahasiswi ya aku nyambi freelance, as influencer dan model juga
Berapa pendapatan/penghasilan anda dalam satu bulan?	Kalau pendapatan dan penghasilan saya dalam satu bulan itu mungkin	Penghasilannya umr jogja lah hahaha	Kalau penghasilan sebulan mungkin di range 10 jutaan	kalau sebulan kira-kira 3 sampai 4 jutaan. Tergantung job dan saweran sih hahaha	Aku masih dibiayai orang tua juga sih, jajan dari ortu itu 3 juta perbulan. Tapi aku juga punya penghasilan

	sebesar 3 juta rupiah				sendiri dari job foto, tapi agak rancu ya penghasilanku, tergantung job, ya kurang lebih 4 juta perbulan
Berapa kali anda <i>ngopi</i> di UD Mitra dalam satu bulan?	Mungkin dalam satu bulan sekitar empat kali	Sebulan itu sekitar 8 kali kayaknya	Kalau kebiasaan ngopi saya tiap hari ngopi sih, tapi kalau ke UD Mitra karna saya ada usaha di Jogja, tiap bulan kesini mungkin ya cuma 3 kali sebulan.	Sering banget kesini, 10 - 15 kali lah dalam sebulan	Jujur kalau belakangan ini itu jarang banget, sebulan kayaknya cuma 4 kalian sih. Kalau dulu sering banget, karena disini banyakan temenku semua.
Apakah anda menggunakan semua social media?	Tidak semua, tapi lumayan banyak	iya	Tidak semua, tapi saya pengguna social media aktif.	Tidak semuanya sih	Iya
Apa social media yang anda paling sering gunakan?	Instagram sama tiktok	Instagram sih kalau saya	Paling sering instagram sih, karena saya jualan juga hehe	Instagram sih	Instagram, karena pekerjaanku dapat dari sana juga. Sama tiktok sih, tapi lebih sering instagram
Bagaimana pengaruh sosial media terhadap gaya hidup anda untuk <i>ngopi</i> di <i>coffee shop</i> saat ini?	hmm nggak ada sih, saya ngopi cuma untuk refresh otak dan hangout aja bareng teman-teman	Nggak ada sih	Berpengaruh sih, sosial media bagi saya sebagai tempat untuk cari referensi dan tempat rekreasi. Karena dari sosial media memudahkan kita untuk memetakan tempat-	Cukup berpengaruh sih dalam kehidupan sosial media, terutama untuk ngopi di coffee shop saat ini.	Ada sih cuma ga terlalu berpengaruh buat aku. Tapi ada pengaruhnya juga sih untuk lihat tempat ngopi dari instagram.

			tempat yang bakal kita kunjungi.		
Mengapa anda gemar nongkrong atau ngopi di <i>coffee shop</i> ?	Karena bisa jadi tempat santai. Kalau mengerjakan tugas jadi lebih nyaman	Bisa nongkrong bareng temen-temen, ngobrolin banyak hal, curhat, kan jadi plong gitu kalau ada temen curhat	Nongkrong di <i>coffee shop</i> buat nambah relasi dan inspirasi bisnis. Selain temen lama, kadang bisa kenalan sama temen baru, entah dibawa temen kita atau orang lain aja ngasal	Selain hobi ngopi, nongkrong di <i>coffee shop</i> biar aku lebih rileks aja. Karena aku kan kerja malam, jadi kalau sore bisa santai, ngopi sambil ngerokok tuh enak banget sih	Sebagai mahasiswa, kewajiban aku kalau ke <i>coffee shop</i> ya laptop-an, ngerjain tugas atau apa gitu. Kalau yang lain biasanya disini bisa sambil update fashion terbaru, jadi ke pekerjaan juga ada manfaatnya
Mengapa anda memilih UD Mitra sebagai tempat nongkrong?	Tempatnya nyaman, wifi kenceng, harganya standar sih	Tempatnya luas, bisa pilih-pilih tempat juga sesuai kebutuhan	Kopinya enak sama akrab aja sih karyawan-karyawannya, udah kayak temen sendiri	Kopinya enak disini, variatif juga sih. Jadi kalau bosan kopi hitam bisa mix yang lain	Karena wifi, tempatnya enak, sama kopinya juga enak sih.
Apa <i>trend</i> yang anda ikuti untuk menikmati kopi sambil beraktivitas di UD Mitra?	Nggak ada ngikut trend apa-apa sih, saya cuma sekedar ngopi aja sama temen-temen. Karena kalo disini lebih nyaman ngobrolnya	Nggak ada sih, catch up aja sama temen-temen	Sebenarnya tergantung individu masing-masing sih. Kalau saya sih biasanya ngopi sambil laptopan, buat cek-cek laporan gitu	Trend yang saya ikuti biasanya sambil laptopan sih, saya suka nyari-nyari lagu disini, karena wifinya kencang juga	Kalau aku lebih sering nongkrong-nongkrong aja sih, nggak ikutin trend apa-apa, ketemu temen-temen baru gitu.
Siapa saja yang anda ajak <i>ngopi</i> di UD Mitra? Dan seberapa sering anda mengajaknya?	Lebih sering sama temen-temen dekat sih	Setiap ngopi ke mitra pasti ngajak temen	Seringnya sendiri, tapi kadang saya ajak teman saya di jogja juga, seberapa seringnya sih nggak terlalu sering ajak	Saya biasanya ngajak teman untuk ngopi disini. Dan biasanya ngopi ngajak temen, jarang sendiri	Banyak, khususnya temen-temen terdekatku, yang sering main. Lumayan sering, mesti itu-itu aja yang aku ajak ngopi ke ud mitra.

			temennya. Kalau saya senggang, baru sama temen		Karena kalau kesini untuk nggak ngajak siapa-siapa udah banyak temen-temenku disini, kerja disini juga
Untuk kepentingan apa anda bertemu teman di UD Mitra?	Ngobrol, main game kadang-kadang	Catch up aja sih, kadang ngomongin bisnis atau pekerjaan	Mungkin kalau ketemu temen itu saaatnya ngobrol kali ya, saya biasanya gitu. Ngobrolin soal hidup, bisnis, ya gitu-gitu lah	Paling saling bertanya kabar dan saling berbagi informasi seputar hal-hal yang baru	Karena aku freelancer dan model juga, jadi kesini kadang cari model fashion terbaru. Kadang ngezoom dan bahas kerjaan juga sih. Kalo sama temen-temen ya cuma untuk ngobrol-ngobrol, gossip kayak gitu
Apa yang anda lakukan setelah <i>ngopi</i> di UD Mitra?	Biasanya langsung pulang sih, atau mampir makan dulu	Biasanya pulang sih, nggak kemana-mana lagi	Biasanya setelah ngopi sih istirahat, pulang. Soalnya udah capek hahahah	Setelah ngopi biasanya saya langsung berangkat ke tempat kerja. Karena saya kerjanya juga malam kan	kalau aku punya kebiasaan aku sama temen-temen makan malam. Kita cari tempat makan diluar. Kalau disini ya ngopi aja
Apakah dengan <i>ngopi</i> di UD Mitra berdampak positif terhadap kehidupan anda? Seperti karir studi, pekerjaan, dan sebagainya.	Sepertinya iya, saya banyak menemukan trend positif disini. Karena juga ketemu orang-orang baru, teman baru yang bisa dapat ilmu	Postifnya mungkin di bagian relasi ya, karena bisa nambah relasi juga. Misalnya kayak dikenalin sama temennya temen.	Buat saya berdampak positif sih, ngopi disini itu unik, kita nemuin orang-orang yang punya latar belakang yang berbeda. Terus juga saya sering mendapatkan	Adanya UD Mitra berdampak positif sih buat kehidupan saya seperti pekerjaan. Saya banyak kenalan juga dengan orang-orang sini. Kadang ditawarkan buat main	Iya, menurutku iya. Karena kalau dalam dunia pertemanan aku jadi sering ngobrol, punya temen baru, terus kalau dalam karir, ya itu positifnya punya temen baru, jadi nambah relasi baru dan ternyata cocok gitu untuk lingkup

	banyak dari mereka.		inspirasi buat pekerjaan saya dari sini.	(DJ) di beberapa tempat.	pekerjaanku sekarang. Jadi menurutku ada dampak positifnya.
Apakah dengan <i>ngopi</i> di UD Mitra anda memperoleh inspirasi atau hal lain yang membuat anda semakin produktif?	Ya banyak, karena mempelajari hal-hal baru, dengan teman-teman yang baru dan juga lingkungan yang baru, saya senang ngopi disini.	Kalau produktif kayaknya nggak sih, cuma nongkrong-nongkrong aja ngabisin waktu	Ya pasti, inspirasi kan muncul dari mana aja. Dari obrolan sama teman aja bisa munculin suatu ide atau inspirasi, tergantung kita nerima dan ngolahnya aja bagaimana.	Iya, saya memperoleh inspirasi disini. Kadang mencari lagu yang pas untuk saya mainkan. Ya bisa dibilang semakin produktif lah.	Bisa iya, bisa nggak. Iyanya karena ini tempat ngopi banyak orang-orang baru jadi kita banyak terinspirasi dari mereka. Apalagi dengan pekerjaan aku as a model atau influencer, jadi aku banyak terinspirasi. Apalagi disini tempat ngopi yang dikenal orang-orang sebagai kopi gaul gitu kan bisa dibilang hahaha.

INFORMAN MANAJEMEN

Nama	Adrian Yuda	Dwinanda Jalu Prasetya Nurhandaka	Adrian Driyarkara	Farrel Fernanda Sukmaputra
Usia	29 Tahun	24 Tahun	27 Tahun	22 Tahun
Pertanyaan	1. Berapa usia anda?	1. Berapa usia anda?	1. Berapa usia anda?	1. Berapa usia anda?
Jawaban	A ; Usia itu sekarang 29 tahun	A ; 24 tahun	A ; 27 Tahun	A ; 22 Tahun
Pertanyaan	2. Apa latar belakang dan jenjang pendidikan anda?	2. Apa latar belakang dan jenjang pendidikan anda?	2. Apa latar belakang dan jenjang pendidikan anda?	2. Apa latar belakang dan jenjang pendidikan anda?
Jawaban	A ; Kalau pendidikan sih SMA, sempat kuliah cuma terhenti di skripsi di Amikom, sistem Informasi hahaha.	A ; S1 manajemen, baru aja wisuda kemarin.	A ; Kuliah di manajemen, nggak kelar, ya karena itu pilihan kali ya hehe	A ; Saya selain kerja disini juga sebagai mahasiswa semester 7
Pertanyaan	3. Apa yang menginspirasi anda untuk membangun <i>coffee shop</i> UD Mitra?	3. Apa yang menginspirasi anda untuk membangun <i>coffee shop</i> UD Mitra?	3. Berapa banyak anda membuat kopi atau minuman rata-rata setiap hari?	3. Berapa banyak anda membuat kopi atau minuman rata-rata setiap hari?
Jawaban	A ; Yang menginspirasi saya itu sebenarnya dari teman-teman sih, saya suka berkumpul gitu dan kayaknya bangun coffee shop kayaknya seru. Dari bangun ud mitra kita bisa dekat, jadi wadah juga untuk menggabungkan temen-temen komunitas, seperti itu.	A ; Dulu untuk mengumpulkan beberapa teman agar punya tempat nongkrong. Terus berkembang, malah jadi pusat komunitas.	A ; Rata-rata satu hari kayaknya susah deh ngitungnya, aku omongin pershift aku biasanya ya, itu selama 8 jam kerja kurang lebih 40 cup.	A ; Perharinya saya sif 8 jam, rata-rata kopi yang saya buat kurang lebih 50 cup
Pertanyaan	4. Bagaimana proses anda membangun <i>coffee shop</i> UD Mitra?	4. Bagaimana proses anda membangun <i>coffee shop</i> UD Mitra?	4. Apa menu yang paling banyak dipesan oleh pelanggan?	4. Apa menu yang paling banyak dipesan oleh pelanggan?

<p>Jawaban</p>	<p>A ; Dulu sih waktu awalnya dari ide, aku kembangkan dengan cara ngobrol dengan teman yang bidangnya di coffee shop juga, ada dari teman-teman komunitas juga, dapat saran dari mereka untuk bangun space (coffee shop) untuk komunitas-komunitas berkumpul. Dari sana dapat ide-ide sehingga jadilah mitra yang sekarang. Dan dari diskusi saya nemu orang yang sejalan pemikirannya, partner saya di ud mitra ini. Dari situ kita bikin proposal bisnisnya, ajuin ke investor. Investor acc baru kita nyari tempat, dan kebetulannya dapatnya di dekat kampus UPN ini dan cocok buat target market kita yaitu anak muda. Awalnya mitra ini bukan proyek gede, tapi kita manage. Bagaimana nilai proyek yang segini, bisa nggak mengakomodasi hal-hal yang dibutuhkan istilahnya kayak gitu. Untuk pembangunannya kita juga nggak pakai jasa arsitek, kita rancang sendiri dan sisanya tukang yang mengerjakan. Seiring berjalannya waktu, kita makin belajar buat berkembang, ga semua ide di awal terlaksana, tapi</p>	<p>A ; Kalau awalnya sih cuma sekedar obrolan di wates dulu, kebetulan saya sama yuda sama-sama dari wates. Terus balik lagi terinspirasi punya tempat agar teman-teman dan komunitas bisa berkumpul, jadi wadah buat berkembang.</p>	<p>A ; Masih di UDM atau es kopi kemitraan, harganya sih pas ya buat mahasiswa. Tapi kalau misalnya yang sering kita upselling, ada creme brulee sama kopi irish.</p>	<p>A ; Yang paling banyak di order sama customer itu biasanya karna kita punya signature itu di UDM sama Kopi Kemitraan.</p>
----------------	---	---	---	--

	berproses. Sampai akhirnya mitra udah segede ini.			
Pertanyaan	5. Apa konsep utama <i>coffee shop</i> UD Mitra sehingga menjadi salah satu <i>coffee shop</i> yang digemari anak muda?	5. Apa konsep utama <i>coffee shop</i> UD Mitra sehingga menjadi salah satu <i>coffee shop</i> yang digemari anak muda?	5. Dimana tempat duduk yang paling banyak diminati pelanggan?	5. Dimana tempat duduk yang paling banyak diminati pelanggan?
Jawaban	A ; Kalau ngomongin konsep awalnya itu kita sebagai “Melting Pot”, jadi istilahnya sebagai wadah lah, karna aku sama partner ku orang komunitas lah, punya komunitas masing-masing, berangkat dari sana. Kita berdua pengen mewedahi komunitas-komunitas yang ada maupun yang akan ada, terus kita bangun suatu tempat yang bisa memfasilitasi itu. Contohnya kayak komunitas mau membuat suatu acara, kita bisa memfasilitasi tempat dan apapun yang ada di mitra. Itu yang jadi daya tarik ya buat orang-orang datang ke ud mitra.	A ; Kalau dulu sih konsep bangunannya industrial ya, tetap di pertahankan dengan adanya temen-temen yang datang kesini. Ibaratnya kayak “Kalcer” lah kalau konsepnya.	A ; Mungkin kalau misalnya anak-anak nongkrong dibagian belakang ya, deket meja-meja batu, karna banyak stop kontaknya. Tapi itu malam, kalau sore di bagian tamannya.	A ; Ada di backyard belakang biasanya, karena memang tempatnya cukup nyaman.
Pertanyaan	6. Apa saja fasilitas yang UD Mitra berikan sehingga pelanggan nyaman dan kembali lagi?	6. Apa saja fasilitas yang UD Mitra berikan sehingga pelanggan nyaman dan kembali lagi?	6. Kenapa pelanggan memilih menu dan tempat duduk tersebut?	6. Kenapa pelanggan memilih menu dan tempat duduk tersebut?

Jawaban	A ; Kalau fasilitas dari segi bangunan ya kita nyediain tempat, Indoor yang nyaman. Dimana orang bisa ngerjain sesuatu yang lebih intim, kayak kerja, meeting, dll. Untuk smoking areanya kita punya 2 tempat outdoor, satunya di depan, satunya di belakang. Terus kita juga punya fasilitas wifi, mushola juga ada. Fasilitas umum ya seperti itulah, colokan ada, buku buat dibaca juga ada, cermin juga ada. Kalau untuk fasilitas non fisik ya kamu bisa dapat teman baru, circle pertemanan jadi lebih lebar.	A ; Apaya, mungkin karena mitra itu kayak second home kali ya untuk beberapa pengunjung. Jadi kayak, temen satu sama temen yang lainnya ngajak untuk kesini lagi karena nyaman. Dari temen-temen baristanya juga homey banget, menganggap customer itu kayak temen.	A ; Kalau untuk menu, udm atau kemitraan karna harganya ya yang dibawah 25 ribu, termasuk murah dan rasanya enak, orang-orang pada milih itu. Terus kalau dari segi tempat duduk, mungkin karena di meja batu fasilitas stop kontaknya, terus juga karena ramean. Kalau taman karena orang-orang cari suasana sore, karena atasnya terbuka dan adem.	A ; Biasanya customer atau temen-temen ordernya udm atau kemitraan karena tastenya lebih creamy. Dan cukup lumayan manis, menyesuaikan dengan budaya makanan di jogja, yang mayoritasnya manis.
Pertanyaan	7. Bagaimana proses promosi UD Mitra mempengaruhi anak muda untuk terus berkunjung?	7. Bagaimana proses promosi UD Mitra mempengaruhi anak muda untuk terus berkunjung?	7. Menurut anda, apa profesi mayoritas pelanggan UD Mitra?	7. Menurut anda, apa profesi mayoritas pelanggan UD Mitra?
Jawaban	A ; Promosinya sih yang paling ketara mungkin kopi pagi kali ya, karna ngopi pagi kita fasilitasi orang-orang yang berkegiatan dari pagi, gitu-gitu. Kita juga punya harga spesial untuk kopi pagi dari jam 8 sampai jam 10. Kalau yang lain mungkin promo lain mungkin dari aplikasi online ya, gojek, grab dan shoppee. Untuk memenuhi kebutuhan kopi orang-orang juga ya, karena nggak semua orang	A ; Jadi wadah buat komunitas ngadain event buat komunitas itu sendiri. Dan itu membangun ekosistem di mitra gitu, jadi konsisten. Dan promosinya itu malah jadi kayak orang ke orang aja gitu, mulut ke mulut.	A ; Kayaknya disini lebih banyak mahasiswa, tapi interest nya lebih kebaca sih. Rata-rata ada di industri kreatif, musisi, seni, fotografi, rata-rata semacam itu sih, banyak juga yang punya hobby dan interest yang sama kalau di ud mitra ini.	A ; Mayoritas pengunjung ud mitra itu biasanya berprofesi di industri kreatif atau ada juga temen-temen yang kerjanya barista datang kesini.

	butuh nongkrong, tapi butuh kopi atau minuman lainnya. Selain itu kita juga menawarkan kolaborasi ya untuk komunitas bikin sesuatu, kayak komunitas A bikin acara, berkolaborasi lewat kita, secara nggak langsung itu sarana promosinya, menurutku itu lebih organik lah.			
Pertanyaan	8. Menurut anda, apa yang membuat anak muda gemar minum kopi di UD Mitra?	8. Menurut anda, apa yang membuat anak muda gemar minum kopi di UD Mitra?	8. Menurut pengamatan anda, apa tujuan pelanggan nongkrong atau ngopi di UD Mitra?	8. Menurut pengamatan anda, apa tujuan pelanggan nongkrong atau ngopi di UD Mitra?
Jawaban	A ; Mungkin ada beberapa elemen sih, ada dari segi produknya. Karena produk yang kita hasilkan itu pas buat anak muda, dari segi harga yang nggak terlalu mahal, dan dari segi rasa yang juga enak. Kualitas produk tetap kita jaga dan harga untuk anak muda masih terjangkau, itu dari segi produk. Kalau dari segi tempat ya orang kesini karena dekat sama kampus-kampus, kayak UPN, UII, ATMA, YKPN. Kalau dari segi lingkungan, ya karena dekat sama kos-kosan juga.	A ; Mungkin karena sekarang, kalau dibanding dengan tempat lain harga di mitra lebih murah. Dan rasanya dari dulu konsisten, nggak ada yang berubah, mungkin yang bikin orang-orang jadi suka ngopi disini.	A ; Tujuannya beda-beda ya, tapi paling banyak ketemu orang baru, atau ketemu temen juga yang udah nongkrong disini. Jadi sebenarnya disini udah kayak “melting pot”. Satu tempat yang emang mewadahi apa aja backgroundnya, apa aja interestnya, yang apa aja sekiranya nyambung kita bebas aja untuk “mingle” kemana aja. Mulai dari barista yang kerja disini, ataupun customernya.	A ; Untuk cari nyaman tempat duduk, karena memang yang kita sediakan di backyard cukup lumayan legah spacenya