

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kopi di Indonesia banyak ditanam pada awal abad ke-17 untuk dinikmati oleh kalangan atas saja saat itu, yaitu : orang Belanda. Saat dijajah oleh Jepang, pihak Jepang membuka perkebunan kopi pertama kali di Toraja.

Hampir di seluruh wilayah di Kediri bahkan beberapa tempat wisata juga didapati adanya warung kopi (warkop). Keberadaan warung kopi di Kediri tumbuh dan berkembang sangat pesat sehingga sering disebut dengan surganya kopi.

Tidak ada data pasti yang menyebutkan berapa jumlah warkop di kota Kediri. Mulai warkop kecil, sedang, sampai yang sudah besar sering dijadikan oleh kebanyakan orang sebagai tempat berkumpul hingga sarana belajar. Meski seperti itu belum ada klasifikasi khusus bagi penikmat kopi, kecuali saat dilihat dari harga minuman ini.

Warung kopi adalah tempat yang menyediakan kopi dan berbagai minuman lain, selain itu warung kopi juga menyediakan beberapa produk makanan ringan sebagai teman minum kopi. Selain itu warung kopi juga merupakan tempat dimana berkumpulnya orang-orang yang sekedar bersantai atau pun melakukan aktifitas obrolan ringan dan bersenang-senang dengan hiburan yang ada. Selain itu ada juga yang memanfaatkan warung kopi sebagai tempat beristirahat yang nyaman selain dirumah sendiri, biasanya di siang hari, meskipun dalam perkembangannya kini banyak warung kopi yang

tetap terbuka hingga malam hari.¹

Warkop Zilla bertempat di Jln. KH. Ashary, Kelurahan Bandar kidul, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri didirikan oleh Bapak Widodo dan Ibu Zila, sejak tahun 2012. Bapak Widodo dan Ibu Zila adalah sepasang suami istri yang saling bekerjasama dalam pengembangan suatu bisnis, termasuk pada usaha Warkop Zila, sehingga pada awal perencanaan usaha ini tidak begitu sulit dan berjalan lancar. Warkop Zila buka setiap hari mulai pukul 16.00 – 24.00 WIB. Jumlah karyawan di warkop ini ada 2 orang yaitu : Bapak Widodo dan Ibu Jazila Amalian sekaligus sebagai *owner* dari warkop ini.

Menu di warkop Zila beraneka ragam, seperti : kopi hitam, kopi sachet, susu, es teh, dan masih banyak lagi. Tidak hanya itu, warkop ini juga menyediakan aneka camilan, seperti : gorengan, beberapa makanan ringan (*snack*), dan masih banyak lagi.

Pada umumnya semua warung kopi sama yaitu terbuka untuk segala kalangan, namun suasana dan keunikan tiap warung kopi berbeda-beda, sehingga beberapa warung kopi membentuk suatu wadah perkumpulan yang khusus untuk beberapa kelompok. Tidak hanya itu, warkop ini juga sering jadi tempat persinggahan pegawai negeri, karyawan perusahaan swasta maupun komunitas lain dari banyak profesi.

Suasana dan kenyamanan yang sejuk dan menarik pada warkop ini sangat cocok untuk dinikmati semua kalangan, sehingga para pengunjungnya pun bervariasi, mulai dari remaja, dewasa sampai orang tua. Pada awal kemunculannya, warung kopi hanya didatangi oleh kaum lelaki,

¹ Sedyawati Edi, *Budaya Indonesia: Kajian Arkeologi, Seni dan Sejarah* (Rajagrafindo Persada, 2006), 11.

membuktikan satu hal, yaitu sesungguhnya berkumpul dan ngobrol bukan untuk kaum perempuan. Warung kopi saat ini lebih dikenal dengan sebutan “kafe” untuk menggambarkan identitasnya sebagai wadah sosialisasi melalui kopi.

Warung kopi sering dianggap sebagai kafe bagi mereka yang kebanyakan hidup di perkotaan pada zaman *modern*. Walaupun fungsinya sama, yaitu tempat beberapa atau sebagian orang sedang meminum kopi sambil berbincang, tetapi kafe dalam pemaknaan budaya yang berbeda dengan warung kopi yang dianggap kuno. Warung kopi telah menjadi fenomena menarik di sejumlah kota terutama di Kota Kediri.

Pengunjung warung kopi tidak semua muncul dikarenakan rasa dan aroma kopi yang disajikan, tetapi lebih kepada keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain. Buktinya, banyak warung kopi di Indonesia hanya menyediakan minuman kopi berbahan baku kopi robusta. Meskipun, bagi “penikmat” kopi sejati, mereka pasti akan mencari warung kopi atau kafe yang menyediakan kopi arabica, karena aroma yang tajam dan rasanya yang khas. Tetapi bagi pengunjung setia warung kopi, tetap mempertahankan atau menjadikan warung kopi sebagai salah satu aktivitas keseharian yang memiliki peran penting dalam kehidupan.²

Hal ini memperjelas arti ngopi dalam tradisi masyarakat di Indonesia khususnya di kota Kediri. Aktifitas minum kopi merupakan suatu media interaksi antar masyarakat dari berbagai stratifikasi sosial. Kegunaan warung kopi mulai berganti dari tempat minum menjadi ruang publik milik semua

² Siregar, *Menyingkap Subyektivitas Fenomena* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 2005), 7.

elemen masyarakat.

Bagi masyarakat *modern*, singgah di warung kopi sudah menjadi kewajiban dan keseharian yang dilakukan dan untuk warung kopi sendiri biasa dijadikan tempat mendiskusikan berbagai macam hal, mulai dari bisnis, politik, bahkan terkadang menjadi wadah curhat bagi para remaja. Saat ini banyak orang yang mengadakan *meeting* dengan relasi bisnis ditempat ini, dengan alasan karena tidak terlalu formal, sehingga suasana keakraban akan lebih terasa jika dibanding dengan *meeting* di kantor.

Perkembangan zaman telah membuat manusia untuk memenuhi kebutuhan baru, seiring perkembangan teknologi yang sangat pesat pula, para pelaku usaha melihat hal ini sebagai peluang bisnis yang cukup maju untuk ditawarkan kepada konsumen.

Sekarang semakin banyak kreasi kopi mulai dari *espresso*, *latte*, *cappuccino*, *macchiato*, *mocca cafe*, dan masih banyak lagi. Mulai dari warung pinggiran sampai kafe mahal menyediakan berbagai olahan kopi. Kini tidak ada batasan untuk mengonsumsi kopi, mulai dari remaja, dewasa, hingga orang tua pun tidak bisa dipisahkan dari minuman ini. Semua kalangan masyarakat menyukai kopi. Bahkan beberapa peneliti menemukan bahwa kopi memiliki manfaat selain menghilangkan kantuk, misalnya bisa menghilangkan stres, meminimalisasi resiko terkena serangan jantung dan *stroke*.³

Hingga saat ini banyak warung kopi mulai mengalami perkembangan dari segi suasana, kemasan, dan rasa yang menarik agar para pengunjung

³ Muhyiddin, *Komunitas Warung Kopi (KWK) Sebagai Sub-Kultur*, <http://www.yogyes.com/id/Jogjakarta-tourism-article/coffee-shop-in-Jogjakarta>, diakses tanggal: 28 Januari 2016)

merasa puas, kemudian juga menyediakan fasilitas wifi, tv *cable* dengan penyediaan berbagai macam saluran televisi dari seluruh dunia, dan *home band* merupakan sekelompok musisi yang berperan untuk menghibur para pengunjung warkop dengan alunan musik dan membuat banyak pengunjung bernyanyi ataupun hanya *request* lagu.

Fenomena warung kopi ini menunjukkan adanya pergantian sifat maupun sikap seseorang. Beberapa kegiatan yang semestinya dilakukan di kantor juga berpindah ke warung kopi, tidak hanya itu transaksi yang bersentuhan hukum pun, misalnya jual beli, kontrak kerja sama bisa juga di warung kopi.

Perkembangan arus globalisasi mungkin telah berubah menjadi semacam bagian dari budaya yang dianggap sebagai bentuk pelaziman. Seperti inilah kemajuan yang terjadi di dunia konsumsi dan gaya hidup ketika sebuah komoditas dilekatkan dengan berbagai asosiasi, maka yang muncul adalah kemewahan dan *prestise* yang menjadi lazim ketika makin terkenal dan digemari banyak pengunjung dari berbagai kalangan.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan batasan penelitian agar jelas ruang lingkup yang telah diteliti. Fokus penelitian ini sesuai pada judul penelitian “Interaksi Sosial di Warung Kopi dan Perannya dalam Pembentukan Pendidikan Moral Keagamaan “Studi Warung Kopi Bandar Kidul Kota Kediri ”yaitu:

1. Bagaimana proses terbentuknya interaksi sosial yang terjadi di Warung Kopi Zila Bandar Kidul Kota Kediri?

2. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi interaksi sosial terkait pendidikan moral keagamaan di Warung Kopi Zila Bandar Kidul Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui interaksi sosial di Warung Kopi Zila Bandar Kidul Kota Kediri.
2. Untuk Mengetahui peran interaksi sosial dalam membentuk moral keagamaan di Warung Kopi Zila Bandar Kidul kota Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini diharapkan supaya memberikan suatu manfaat secara teoritis maupun secara praktis. Maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan supaya menjadi kontribusi. Sementara itu, penelitian ini di harapkan supaya mendapatkan penemuan tentang interaksi sosial yang baik bagi kalangan santri dan juga masyarakat umum.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Mahasiswa

- 1) Memberikan peningkatan interaksi pada mahasiswa.
- 2) Memberikan gaya ngopi yang baik bagi mahasiswa.
- 3) Meningkatkan kerjasama antar mahasiswa.
- 4) Meningkatkan kebersamaan antar mahasiswa dalam berinteraksi

5) Menambah pengetahuan dan wawasan.

b. Bagi Masyarakat

- 1) Meningkatkan keharmonisan antar mahasiswa dengan masyarakat
- 2) Memberikan efek baik pada masyarakat dalam kenyamanan dan keakraban

c. Bagi Peneliti

- 1) Untuk lebih baik lagi kedepannya dalam melakukan penelitian
- 2) Guna untuk meningkatkan keefektifan peneliti dalam penelitiannya.

E. Penelitian Terdahulu

Disamping itu selain memanfaatkan berbagai teori yang relevan dengan penelitian ini. Penulis juga menelusuri penelitian terdahulu. Adapun penelitian terdahulu yaitu:

1. Dalam Jurnal ilmiah islam futura yang disusun oleh Isnawati dan Agus Suprijono dengan judul “Makna Warung Kopi bagi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam di STAI Miftahul Ulum Panyepren Palengaan Pamekasan”. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan banyak terdapat warung kopi di seputaran kampus STAI Miftahul Ulum Pamekasan yang digemari oleh mahasiswa. Warung kopi ini dianggap nyaman selain karena tempatnya yang bersahabat juga karena racikan kopi hitamnya yang dianggap enak oleh pelanggan. Rata-rata pengetahuan mahasiswa terkait “Ngopi” dan kopi masih sangat minim, mereka hanya mengetahui terkait komposisi kafein saja sedangkan cara manfaat dan bahayanya tidak tahu. Sikap mahasiswa permisif terhadap perilaku “Ngopi” selama aktivitas tersebut mereka anggap positif karena dengan

“Ngopi” mereka banyak mendapatkan informasi seputaran kampus dan banyak menambah teman baru.⁴

2. Dalam skripsi yang di susun oleh Agung Lazuardi dengan judul “Pola Interaksi Sosial Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar“. Dari hasil penelitian ini dapat di simpulkan bahwa pola interaksi sosial pelanggan warkop adalah interaksi yang berbentuk kerjasama, persaingan, pertikaian, akomodasi dan asimilisi yang terjadi pada waktu tertentu, serta masing-masing bentuk interaksi tersebut dapat berupa interaksi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok.⁵
3. Dalam skripsi yang di susun oleh Iqbal Fazlian dengan judul “Warung Kopi: Tipologi Interaksi Sosial Pelanggan dan Masyarakat Urban Kota Banda Aceh”. Dari hasil penelitin dapat di simpulkan bahwa adanya perbedaan ini telah berpengaruh terhadap interaksi sosial antara pelanggan dengan masyarakat urban yang mengunjungi masing-masing warkop tersebut. Jika interaksi di warung kopi tradisional centerung antar individu sedangkan para warung kopi modern cenderung adanya ingin interaksi antar individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok dan bahkan juga interaksi antar individu. Berbagai pola interaksi ini dilakukan oleh berbagai kelompok yang berkunjung ke warung kopi tersebut seperti kelompok politikus, pembisnis, pengusaha, kaum pelajar/mahasiswa dan

⁴ Isnawati & Agus Suprijono, “Makna Warung Kopi bagi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam di Stai Miftahul Ulum Panyeppeen Palengaan Pamekasan”, *Paradigma: Jurnal Online Mahasiswa S1 Sosiologi UNESA*, 6 (2018), 2

⁵ Agung Lazuardi, *Pola Interaksi Sosial Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar* (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016), 25.

lain sebagainya.⁶

4. Dalam Jurnal ilmiah islam futura yang disusun oleh Khoirur Rojikhin dan Muhammad Turhan Yani dengan judul “Ngaji Warung Kopi Sebagai Upaya Penguatan Pendidikan Karakter Kepedulian Sosial Pemuda di Kecamatan Kenjeran Kota Surabaya”. Dari hasil penelitian ini dapat di simpulkan ngaji Warung Kopi dapat/bisa menjadi upaya penguatan pendidikan karakter kepedulian sosial Pemuda di kecamatan Kenjeran kota Surabaya melalui perilaku Gemar Berbagi kepada adik-adik yatim dan piatu seperti berbagi makanan, minuman, hingga uang saku bulanan serta pengadaan cinderamata donasi sebagai wujud perilaku tolong menolong, dan membangun rasa kekeluargaan baik sesama anggota komunitas santri warkop maupun adik – adik yatim piatu sebagai wujud atau indikator karakter kepedulian sosial yang telah dimiliki partisipan ngaji warung kopi yang mempunyai rasa saling memiliki dan terhubung satu sama lain.⁷
5. Dalam skripsi yang di susun oleh Diah Ayu Surya Putri dengan judul “Penanaman Nilai Moral dalam Kegiatan Keagamaan Siswa Kelas VIII di SMP Negeri 1 Labuhan Ratu”. Dari hasil penelitin dapat di simpulkan bahwa penanaman nilai moral dalam kegiatan keagamaan bisa dilakukan dengan mengajarkan dan membiasakan siswa untuk menerapkan perintah agama.Seperti menanamkan kebiasaan baik di sekolah. Faktor pendukung penanaman nilai moral dalam kegiatan keagamaan, salah satunya adalah semangat dari siswa itu sendiri. Ketika sekolah memberikan aturan atau

⁶ Iqbal Fazlian, *Warung Kopi: Tipologi Interaksi Sosial Pelanggan dan Masyarakat Urban* (Kota Banda Aceh: 2018), 33.

⁷ Khoirur Rojikhin dan Muhammad Turhan Yani, "Ngaji Warung Kopi Sebagai Upaya Penguatan Pendidikan Karakter Kepedulian Sosial Pemuda di Kecamatan Kenjeran Kota Surabaya", *Jurnal: Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, 11 (2022), 192-105.

kebijakan tetapi siswa tidak menerima, maka itu akan menghambat proses kegiatan tersebut. Faktor penghambat penanaman nilai moral dalam kegiatan keagamaan, kurangnya dukungan awal dari guru. Faktor penghambat selanjutnya adalah dari orang tua atau keluarga. Ketika anak kembali ke rumah, orang tua lah yang paling bertanggung jawab atas pembentukan karakter anak.⁸

F. Definisi Istilah/ Operasional (Jika Dibutuhkan)

1. Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan hubungan antar interaksi sosial yang terjadi pada kehidupan sehari-hari secara terus-menerus. Antar interaksi sosial dimaksudkan sebagai timbal balik antara dua belah pihak, yaitu antara individu satu dengan individu lain bahkan pada kelompok lainnya dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

2. Nilai Moral

Nilai merupakan seperangkat keyakinan yang diyakini sebagai suatu identitas yang meunjukkan ciri khusus pada pola perasaan, keterikatan, pemikiran maupun tingkah laku. Moral adalah suatu kaidah yang mengatur perilaku atau perbuatan individu dalam kehidupannya dengan beberapa kelompok di masyarakat. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai moral diartikan sebagai nilai yang berhubungan dengan perilaku baik atau buruk yang menjadi dasar kehidupan manusia di masyarakat, di mana manusia saling berhubungan dalam tindakan yang

⁸ Darmin, Saverinus, "Dewa Bagus Sanjaya, and I. Wayan Landrawan. "Strategi Guru Dalam Pembentukan Karakter Religius Dan Toleransi Pada Siswa Kelas X Ips Sma Negeri 2 Cibal (Studi Kasus Di Sma Negeri 2 Cibal Kec. Cibal Barat Kab. Manggarai)", *Ganesha Civic Education Journal*, 4 (2022), 44-54.

memiliki nilai positif atau negatif.

3. Kegiatan Keagamaan

Kegiatan keagamaan merupakan suatu kegiatan ataupun usaha yang berkaitan dengan agama yang bertujuan untuk meningkatkan ketakwaan kepada Tuhan. Kegiatan keagamaan mempunyai peran penting dalam rangka membentuk manusia menjadi seseorang yang bertakwa dan taat kepada perintah Allah SWT. dalam rangka menjadikan seseorang memiliki sikap baik dan sesuai dengan perintah agama. Kegiatan keagamaan membuat seseorang mendapatkan ilmu pengetahuan yang bisa bermanfaat bagi dirinya.

4. Warung Kopi

Warung kopi merupakan suatu tempat untuk memperdagangkan minuman yang berbahan dasar kopi. Warung kopi adalah tempat yang menyediakan kopi dan berbagai jenis minuman lainnya, seperti teh, coklat, serta minuman sachet lainnya. Selain menyediakan jenis makanan ringan yang juga ditawarkan sebagai pendamping minum kopi. Warung kopi juga merupakan tempat berkumpulnya orang-orang untuk bersantai, seperti diskusi, membaca media cetak, media sosial, menyelesaikan beberapa tugas akademik atau non akademik.