

## PENGARUH BEBERAPA FAKTOR DALAM PENETAPAN LOKASI KEDAI KOPI: DI KOTA TARAKAN

**Penulis** : Suwandi Suryasaputra  
**Institusi** : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta  
**Email Korespondensi** : newsuwandis@gmail.com  
**DOI** : 10.53947/perspekt.v1i3.126

### Abstrak

Kopi menjadi salah satu komoditas yang pada masa pandemi ini justru mengalami peningkatan pesat, baik dari sisi bisnis usaha, maupun dari sisi jumlah kedai kopi yang bertema kekinian dibanding komoditas usaha lainnya. Salah satu kota di Indonesia yang mengalami perkembangan yang sangat pesat berkaitan dengan bisnis kedai kopi adalah Kota Tarakan, Kalimantan Utara. Meskipun dibanding kota lain di Kalimantan, barangkali perkembangan kedai kopi di kota Tarakan sedikit tertinggal 3-4 tahun misalnya dari kota Balikpapan dan Banjarmasin. Jumlah kedai kopi di Kota Tarakan mengalami peningkatan cukup pesat dalam kurun waktu dari tahun 2019 hingga 2021 ini. Lokasi kedai kopi di Kota Tarakan tersebar di sekitar kawasan perdagangan, perkantoran dan permukiman penduduk. Kehadiran kedai kopi di beberapa kawasan disatu sisi berdampak positif, yaitu menghidupkan kawasan di sekitar kedai yang semula sepi dan rawan, menjadi ramai, namun disisi lain juga kadang kala berdampak negatif, seperti terjadi kemacetan lalu lintas, kesulitan lahan parkir dan kebisingan suara dari aktivitas kedai kopi. Oleh karena itu pemilihan lokasi kedai kopi menjadi tantangan tersendiri. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh dari beberapa faktor utama yang mendasari pemilik kedai kopi memilih lokasi untuk pendirian kedai kopinya di Kota Tarakan. Menjamurnya kedai kopi kekinian dari sisi perkembangan perekonomian kota sangat baik, karena memicu denyut perekonomian kota, membantu mengakselerasi pemulihan ekonomi dimasa pandemi serta menjadi salah satu masukan menarik dalam pembangunan tata kota dan pengembangan pusat-pusat ekonomi baru di Kota Tarakan terutama yang berkaitan dengan aktivitas perdagangan dan jasa. Penelitian ini masih merupakan ide gagasan/pemikiran penulis yang melihat bahwa perkembangan kedai kopi dari hari ke hari sebagai suatu fenomena unik sebuah kota. Dan itu terjadi di hampir seluruh kota besar di Indonesia. Data yang digunakan merupakan informasi yang diperoleh dari komunitas kopi yang terdiri dari para pemilik kedai kopi dan *barista* di Kota Tarakan. Berdasarkan hasil pengamatan diperoleh empat kelompok faktor yang menggambarkan karakter pemilihan lokasi kedai kopi di Kota Tarakan. Kelompok faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi kedai kopi di Kota Tarakan yaitu fleksibilitas/aksesibilitas lokasi, kesesuaian/ketepatan lokasi, dukungan/*support* di sekitar lokasi, dan faktor-faktor tambahan lainnya. Fleksibilitas lokasi yaitu jangkauan kemudahan akses ke lokasi kedai dan bagaimana pelanggan/*customer* bisa dengan mudah mencapainya. Kesesuaian lokasi yaitu ketepatan pemilihan lokasi kedai dengan pertimbangan tertentu agar dapat mengakomodir kebutuhan dari kegiatan kedai kopi tersebut. Dukungan di sekitar lokasi yaitu adanya elemen-elemen pendukung yang ada di sekitar lokasi yang bisa menunjang dan mempermudah dalam kegiatan operasional kedai kopi. Faktor tambahan lainnya adalah faktor lain yang menjadi pertimbangan pemilihan lokasi namun relatif tidak memberikan pengaruh yang besar dalam penentuan pemilihan lokasi kedai kopi di Kota Tarakan, antara lain faktor efisiensi biaya kontrak.

**Kata Kunci:**  
 Pengaruh Faktor  
 Lokasi  
 Kedai Kopi  
 Tarakan

### Abstract

*Coffee is one of the commodities that experienced a rapid increase during this pandemic, both in terms of the business and the number of coffee shops with contemporary themes compared to other business commodities. One of Indonesia's cities experiencing rapid development to the coffee shop business is Tarakan City, North Kalimantan. Although compared to other cities in Kalimantan, perhaps the result of coffee shops in Tarakan is a little behind 3-4 years, for example, from Balikpapan and Banjarmasin's towns. Tarakan City's coffee shops have increased quite rapidly from 2019 to 2021. The location of coffee shops in Tarakan City is spread around the trading area, offices, and residential areas.*

*The presence of coffee shops in several places, on the one hand, has a positive impact, namely reviving the area around the shop, which was initially quiet and vulnerable, becoming crowded. Still, on the other hand, it also sometimes has a negative impact, such as traffic jams, parking difficulties, and noise from coffee shop activities. Therefore, choosing a coffee shop location is a challenge in itself. This study aims to determine the influence of several primary factors that underlie coffee shop owners selecting a place to establish their coffee shop in Tarakan City. The proliferation of trendy coffee shops in the city's economic development helped accelerate economic recovery during the pandemic and develop new financial centres in Tarakan City, especially trading activities. And services. This research is still the author's ideas/thoughts who see that the development of coffee shops from day to day is a unique phenomenon of a city.*

*Furthermore, it happened in almost all big cities in Indonesia. The data used is information obtained from the coffee community consisting of coffee shop owners and baristas in Tarakan City. Based on the observations, four factors describe the character of choosing a coffee shop location in Tarakan City. The factors that influence the selection of coffee shop locations in Tarakan City are location flexibility/accessibility, suitability/accuracy, support/support around the area, and other additional factors. Location flexibility is the range of easy access to the shop's location and how customers/customers can easily reach it. Location suitability is the accuracy of choosing the shop's location with specific considerations to accommodate the needs of the coffee shop's activities. Another factor is other factors considered for site selection but relatively do not significantly influence the location of coffee shops in Tarakan City, including contract cost efficiency.*

**Keywords:**  
Factor Influence  
Location  
Coffee Shop  
Tarakan

## 1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa studi menunjukkan bahwa tempat/lokasi sangat menentukan posisi dan jenis dari kegiatan atau aktivitas orang atau sekelompok orang (Tarigan, 2005, hlm. 77). Bahkan sosiolog Ray Oldenburg pernah mengatakan jika dikelompokkan sesuai statusnya, lokasi itu terdiri dari Lokasi Pertama “*The First Place*” dan Kedua “*The Second Place*” (Oldenburg, 1996, hlm. 6). Tempat pertama atau disebut “*The First Place*” dilukiskan sebagai tempat kediaman/rumah, sementara tempat pertama

atau disebut “*The Second Place*” dilukiskan sebagai tempat untuk aktivitas kerja/kantor atau aktivitas rutin harian diluar rumah.

Sejalan dengan perkembangan jaman orang-orang memerlukan tempat lain/alternatif selain rumah dan kantor, yang digunakan untuk makan/minum ringan (kopi dan sebagainya) bersama kolega/teman sambil beristirahat dan menikmati suasana santai. Sebagai makhluk sosial, tentunya manusia senantiasa berinteraksi dengan manusia lain sehingga membutuhkan sarana untuk itu. Tempat lain/alternatif dalam

bentuk seperti ruangan/rumah/tempat yang dijadikan sarana untuk melakukan aktivitas diluar rumah dan kantor bersama kolega/rekan kerja atau teman sekolah dan sebagainya yang suasana lebih santai dan rileks, bisa pula disebut sebagai tempat ketiga (*the third place*) (Oldenburg, 1996, hlm. 6). Tempat ketiga atau tempat alternatif ini bisa berbagai macam bentuk/desain, antara lain: warung kopi, restoran/kafe dengan *live music*, ruang istirahat cuci mobil, ruang karaoke, perpustakaan, ruang hijau di tengah kota (alun-alun/taman kota) ataupun kedai kopi (Bernhardt & Stoll, 2010, hlm. 1).

Kedai kopi sendiri dalam perkembangannya merupakan satu diantara sekian banyak tempat yang bisa disebut tempat ketiga (*the third place*) dengan konsep kekiniannya lebih siap dan lebih bisa diterima masyarakat dibanding tempat lain sebagai tempat ketiga dengan model kekinian (Maharani & Abdullah, 2008, hlm. 11). Tercermin dari jumlah kedai kopi di Indonesia yang tumbuh pesat seiring perkembangan jaman dan kebutuhan masyarakat akan lokasi yang layak untuk melepas penat setelah seharian bekerja, banyak menjamur di kota-kota besar di Indonesia, bahkan dimasa pandemi ini di kota kecil pun banyak menjamur kedai kopi. Jumlah kedai kopi modern/kekinian di Indonesia saat ini diperkirakan telah berjumlah puluhan ribu dan diprediksi memberikan kontribusi pendapatan daerah yang cukup besar.

Berdasarkan data dari rekan komunitas kopi di Tarakan, jumlah kedai kopi di kota Tarakan pada tahun 2019 diperkirakan sekitar 30-an kedai kopi. Jumlah tersebut

berkembang cukup signifikan dan pada tahun 2021 jumlahnya sekitar 90-an kedai kopi. Faktor penyebab peningkatan jumlah kedai kopi adalah perubahan *mindset* dan gaya hidup masyarakat baik gaya hidup *milenial* maupun gaya hidup pasca pandemi COVID-19 ini, dimana tempat ketiga didesain sesuai dengan kebutuhan gaya hidup baru tersebut, dimana interaksi maupun sosialisasi di ruang publik/terbuka umum di tempat ketiga tersebut bernuansa santai dengan menonjolkan estetika namun tetap juga bisa mengakomodir dari sisi protokol kesehatan.

Pertumbuhan kedai kopi berpengaruh pada peningkatan transaksi dan perputaran ekonomi di kota Tarakan dan sekitarnya, sehingga mempengaruhi peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Selain itu penyerapan tenaga kerja dari sektor usaha kedai kopi ini juga meningkat signifikan. Kedai kopi telah menciptakan lapangan usaha dan lapangan kerja baru terutama bagi kalangan *milenial*. Pertumbuhan kedai kopi ini juga berdampak positif penciptaan *spot-spot*/lokasi-lokasi baru yang menarik untuk dikunjungi, karena dalam konsep pembuatannya, para pemilik kedai kopi mengutamakan pula desain kedai yang menyesuaikan dengan gaya hidup (*life style*) kekinian, sehingga secara tidak langsung turut andil dalam menata kota secara lebih menarik. Oleh karena itu kedai kopi yang bergenre kekinian identik dengan usaha kreatif, dan berperan pula dalam pembangunan industri kreatif.

Namun demikian perkembangan kedai kopi di kota Tarakan juga berdampak negatif dari sisi sosial kemasyarakatan. Kedai-kedai kopi yang letaknya berada di lingkungan

permukiman yang padat penduduk kadang kala menimbulkan konflik dengan sekitarnya. Misalnya dari penggunaan bahu jalan yang lebarnya tidak seberapa sebagai tempat parkir pengunjung kedai yang jika pengunjung penuh, cukup mengganggu kelancaran arus lalu lintas warga setempat, selain itu kebisingan suara dari musik dari dalam kedai kopi juga terkadang cukup mengganggu lingkungan sekitar. Hal ini ditambah lagi dengan masalah lain seperti terjadi banjir yang juga kadang terjadi bila kebetulan kedai kopi tersebut berada di daerah banjir. Kondisi-kondisi yang demikian tersebut juga menjadi pertimbangan tersendiri dalam pemilihan lokasi kedai kopi, dan itu menjadi poin penting pula agar keberadaan kedai kopi menjadi bermanfaat bagi kota secara umum dan lingkungan sekitarnya secara khusus.

Oleh karena itu, kehadiran kedai kopi saat ini meskipun sangat dirasakan manfaatnya namun perlu dikelola secara profesional dan lebih baik agar dapat memberi kontribusi positif baik bagi masyarakat maupun bagi perkembangan ekonomi kota Tarakan. Kedepan perkembangan kedai kopi mungkin bisa diarahkan dan ditata sesuai dengan karakter dan kebutuhan kedai kopi sehingga permasalahan sosial yang mungkin terjadi dapat diantisipasi.

Dari fakta-fakta yang terjadi tersebut kemudian muncul pertanyaan mengenai “Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan menjadi pertimbangan utama dalam penetapan lokasi kedai kopi di kota Tarakan”. Pembuatan makalah ini bertujuan untuk mendapatkan kesimpulan mengenai pengaruh dari beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pemilik kedai

dalam menentukan lokasi kedai kopi di kota Tarakan, sehingga nantinya diharapkan bisa dijadikan rujukan pihak terkait seperti pemilik kedai dan pemerintah daerah yang berwenang mengambil kebijakan terkait penataan kota termasuk penataan ruang-ruang publik yang layak dijadikan tempat usaha termasuk kedai kopi di wilayah kota Tarakan.

## 2. KAJIAN LITERATUR

Kedai kopi dimasa kini sering disebut sebagai kedai kopi kekinian, karena desain tempat, layanan dan menu yang disajikan memiliki nuansa kekinian, berbeda dengan warung-warung kopi pada umumnya dimasa yang lalu. Kedai kopi kekinian dapat didefinisikan sebagai tempat usaha yang memberikan layanan jasa minuman kopi sebagai menu utama dan makanan dengan desain ruangan sedemikian rupa agar pengunjung betah untuk menikmati minuman dan makanannya (umumnya makanan ringan), dengan rileks dan santai. Kedai kopi kekinian dirancang sebagai tempat yang lebih mengutamakan desain estetika yang membuat suasana terasa santai, bebas dan tidak terlalu mengikat, sehingga membuat pengunjung betah untuk tinggal. Atau sering disebut orang sebagai tempat yang *instagrammable* (cocok untuk latar belakang foto/video yang akan *diupload* di aplikasi Instagram).

Selain menjual desain yang *instagrammable*, di kedai kopi juga didukung oleh keberadaan peralatan/mesin dan perlengkapan untuk proses pembuatan minuman/makanan yang modern, dengan cara penyajian yang modern pula, serta

terdapat tempat penyimpanan sementara minuman/makanan, di dalam satu tempat tetap yang sering disebut mini bar menetap (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2014). Menurut Damajani (2008, hlm. 141) kedai kopi adalah tempat untuk menikmati minuman kopi dengan camilan makanan ringan. Kedai kopi bisa pula dilukiskan sebagai tempat yang unik dan khas, dengan menyajikan menu minuman ringan seperti kopi dan camilan ringan yang dihidangkan di tempat yang telah didesain sedemikian rupa sehingga diharapkan pengunjungnya betah untuk tinggal.

Di jaman dahulu kedai kopi identik sebagai warung kopi tempat *ngopinya* para pengangguran atau orang-orang yang pekerjaannya tidak jelas, rendahan seperti tukang becak, pedagang kaki lima keliling, tukang ojek dan sebagainya. Menurut Hariwan dan Silviani (2014, hlm. 54), warung kopi pada jaman dulu identik dengan tempat yang kurang enak untuk tinggal lebih lama, tidak menarik dengan suasana yang relatif membosankan dan terkesan seadanya. Namun seiring perkembangan jaman, telah terjadi pergeseran terutama berkaitan dengan fungsi kedai itu sendiri (Damajani, 2008, hlm. 144). Tuntutan perkembangan jaman dan gaya hidup, membuat konsep dan fungsi kedai kopi menjadi bergeser. Kedai kopi masa kini menawarkan konsep dan fungsi yang sama sekali baru sehingga segmen pengunjungnya tidak hanya orang-orang tua seperti kedai kopi jaman dahulu, namun kalangan *milenial* pria atau wanita juga sudah mulai tertarik. Bahkan kini lebih didominasi anak-anak muda. Banyak aktivitas kegiatan seperti nongkrong santai, berdiskusi hingga

melakukan *deal* bisnis sudah mulai membudaya dilakukan di kedai dan bahkan menjadi bagian dari gaya hidup baru saat ini karena nuansa kenyamanan yang diberikan kedai kopi bisa mewakili hal-hal spesifik untuk kegiatan tertentu, menggantikan tempat-tempat seperti perpustakaan, ruang rapat, ruang keluarga hingga ruang teras rumah, semuanya terwakili di kedai kopi. Perubahan total fungsi kedai kopi tersebut menjadi ruang publik representatif yang menjadi tempat alternatif baru selain rumah (Damajani, 2008, hlm. 144), bahkan lebih dari itu kedai kopi juga menggeser fungsi lain dari tempat-tempat khusus seperti lapangan golf, yang dahulu digunakan pula sebagai olahraga pergaulan para elite/para pebisnis yang akan melakukan *deal* bisnis atau *deal* politik, kini justru dilakukan di kedai kopi. Bagi masyarakat sekarang ini, pertemuan di kedai kopi dengan rekan sejawat lebih prestise/bergengsi ketimbang bertemu di tempat lain.

Transformasi dan penyesuaian-penyesuaian mulai dari konsep/desain tempat, perubahan menu yang disajikan hingga segmen pasar yang hendak dibidik, serta sebagai wadah untuk beraktivitas seperti rumah atau kantor kedua pengunjung, membuat penempatan lokasi kedai kopi menjadi penting, sekalipun kondisi dan segala bentuk tempat yang dituju bagi kedai kopi sendiri tidak menjadi masalah, tinggal mendesain konsep yang cocok dengan tema dan ide *owner* kedai kopi. Kedai kopi yang kini menempati lokasi-lokasi strategis di tiap sudut kota hadir ditengah-tengah keberadaan warung/toko-toko modern (Maharani & Abdullah, 2008, hlm. 2). Adapun lokasi kedai

kopi letaknya sangat variatif, meskipun jika diamati secara seksama, lokasinya cenderung terkonsentrasi pada tempat-tempat tertentu. Ada beberapa kedai kopi yang berkumpul di satu wilayah, namun ada pula yang terpisah satu sama lain di beberapa sudut kota. Hal tersebut tidak terlepas dari berbagai pertimbangan masing-masing pemilik kedai kopi, termasuk pertimbangan perbedaan kondisi satu tempat dibanding tempat lain misalnya keunggulan komparatif yang dimiliki oleh suatu lokasi dibanding lokasi lain.

Oleh karena itu, penentuan tempat untuk pendirian kedai kopi merupakan salah satu hal yang mendapat perhatian lebih dalam suatu keputusan bisnis, karena lokasi akan sangat menentukan kebutuhan mendasar untuk faktor pemasukan serta besarnya biaya dari bisnis yang akan dapat mempengaruhi perhitungan antara pengeluaran dan pemasukan yang didapatkan (Goodall, 1972, hlm. 115). Penetapan lokasi yang akan dipilih juga perlu dipikirkan dengan cermat sebelum lokasi tersebut ditetapkan karena apabila salah dalam mengambil keputusan penentuan lokasi yang dipilih pada akhirnya akan menjadi kesalahan fatal dalam memulai aktivitas bisnis/usaha kedai kopi. Dalam proses pengambilan keputusan diperlukan berbagai masukan dan pertimbangan mengenai hal-hal terkait yang diharapkan ke depannya akan membuka peluang baru ataupun tantangan baru untuk tetap melanjutkan atau tidak dari usaha kedai kopi ini.

Tabel dibawah ini menggambarkan elaborasi beberapa faktor utama penentu pemilihan lokasi suatu usaha penjualan

makanan/minuman yang diambil dari beberapa penelitian terdahulu. Beberapa faktor tersebut kemudian dianalisis untuk diperoleh hasil adanya variabel dominan yang terpilih yang menjadi kesimpulan dalam pemilihan lokasi kedai kopi.

Tabel 1 Sintesis Literatur

Variabel	Penjelasan	Sumber
Aksesibilitas	Kemudahan akses menuju lokasi kedai kopi yang telah ditetapkan mudah untuk dijangkau atau dilalui. Akan menjadi pertimbangan konsumen untuk datang karena mudah diakses.	(Ariani, 2009; Chen & Tsai, 2016; Tjiptono & Chandra, 2011; Wahyudi, 2014; Zuliarni & Hidayat, 2014)
Lingkungan	Kondisi lingkungan di lokasi sekitar kedai kopi yang telah ditetapkan adalah kondisi lingkungan yang kondusif membuat konsumen yang datang merasa nyaman, dan bagi kedai kopi sendiri kondisi tersebut membuat pegawai merasa tenang dalam menjalankan usahanya kedai kopi, karena kondisi kondusif itu merupakan suatu bentuk dukungan dari lingkungan sekitar secara tidak langsung sehingga memudahkan dalam pengembangan kedai kopi di masa yang akan datang.	(Chen & Tsai, 2016; Tjiptono & Chandra, 2011; Wahyudi, 2014; Zuliarni & Hidayat, 2014)
Peraturan Pemerintah	Ketentuan pemerintah terutama yang terkait dengan tata ruang dan tata kota menjadi pertimbangan mendasar dalam pemilihan lokasi kedai kopi, karena harapan pemilik kedai bisnisnya akan berlangsung dalam jangka panjang	(Ariani, 2009; Tjiptono & Chandra, 2011)

	sehingga pengembangan kota akan mempengaruhi keberlangsungan usaha kedai kopi di lokasi tersebut.	
Kompetitor	Penetapan pemilihan lokasi kedai kopi akan mempertimbangkan pula keberadaan kompetitor di lokasi tersebut. Pemilik harus tahu persis kelemahan dan kekuatan kompetitor agar dapat bersaing dengan strategi yang tepat.	(Chen & Tsai, 2016; Tjiptono & Chandra, 2011; Zuliarni & Hidayat, 2014)
Parkir	Lahan parkir menjadi pertimbangan khusus karena akan menentukan kenyamanan dan keamanan kendaraan milik konsumen, sehingga pemilik kedai kopi akan mengukur seberapa luas yang bisa disediakan nantinya oleh kedainya untuk melayani konsumen.	(Chen & Tsai, 2016; Tjiptono & Chandra, 2011; Zuliarni & Hidayat, 2014)
Visibilitas	Kemudahan melihat dan mencapai lokasi kedai kopi berpengaruh pada jumlah konsumen yang datang. Semakin mudah dilihat lokasinya, semakin baik karena akan meningkatkan kemungkinan konsumen baru untuk mampir mengunjungi lokasi.	(Ariani, 2009; Chen & Tsai, 2016; Park & Khan, 2006; Tjiptono & Chandra, 2011; Zuliarni & Hidayat, 2014)
Tata Letak dan Desain Kedai Kopi	Ketersediaan lahan akan menentukan ukuran dan desain kedai kopi yang akan dibuat karena desain kedai akan menyesuaikan dengan skala aktivitas yang akan dijalankan. Umumnya pemilik akan mengoptimalkan dengan kondisi yang ada melalui desain yang tepat.	(Ariani, 2009; Chen & Tsai, 2016; Indarti, 2004; Park & Khan, 2006)

Tenaga Kerja	Ketersediaan tenaga kerja disekitar lokasi kedai terutama yang mempunyai keahlian khusus seperti barista mempengaruhi pula pemilihan lokasi karena harus mencari diluar lokasi kedai. Sementara untuk tenaga kerja yang tidak membutuhkan keahlian khusus seperti menjadi koki masak, tidak begitu sulit mendapatkan di sekitar lokasi.	(Ariani, 2009; Indarti, 2004)
Pengeluaran Biaya	Perhitungan biaya menjadi pertimbangan dalam penetapan suatu lokasi menjadi lokasi kedai kopi. Biaya yang dikeluarkan nantinya harus bisa segera kembali pada saat kedai kopi dibuka, dan cepat atau lambatnya pengembalian biaya yang telah dikeluarkan ditentukan oleh ketepatan dalam pemilihan lokasi kedai.	(Indarti, 2004; Park & Khan, 2006; Tzeng dkk., 2002; Wahyudi, 2014)

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### GAMBARAN UMUM PENETAPAN LOKASI KEDAI KOPI DI KOTA TARAKAN

Salah satu pendukung geliat perekonomian di Kota Tarakan adalah sektor perdagangan dan jasa. Di sektor ini yang tumbuh pesat terutama dalam usaha penjualan makanan dan minuman kekinian, antara lain jenis usahanya adalah kedai kopi modern. Salah satu konsep kedai kopi modern yang mulai mengisi ruang di Kota Tarakan adalah kedai kopi kekinian. Dalam kurun waktu 2 (dua) tahun terakhir (2019-2021) pertumbuhan kedai kopi di Kota Tarakan cukup pesat, diperkirakan tumbuh dua kali lipat. Dan uniknya terjadi dimasa pandemi.

Bisnis usaha yang mengalami peningkatan saat pandemi adalah bisnis kopi. Tidak heran kedai kopi modern/kekinian di Kota Tarakan dalam beberapa waktu terakhir tumbuh pesat. Beberapa kedai kopi baik yang menjadi *franchise*, mandiri maupun yang tradisional dan modern mulai membanjiri setiap sudut kota Tarakan. Konsep yang ditawarkan kedai kopi modern/kekinian telah menjadi salah satu tempat alternatif bagi masyarakat untuk berinteraksi, bergaul, berdiskusi dan lainnya dengan kolega atau teman atau keluarganya secara lebih santai dan rileks, selain menikmati minuman ringan dan makanan ringannya. Semua kegiatan tersebut kini terakomodasi di kedai kopi.

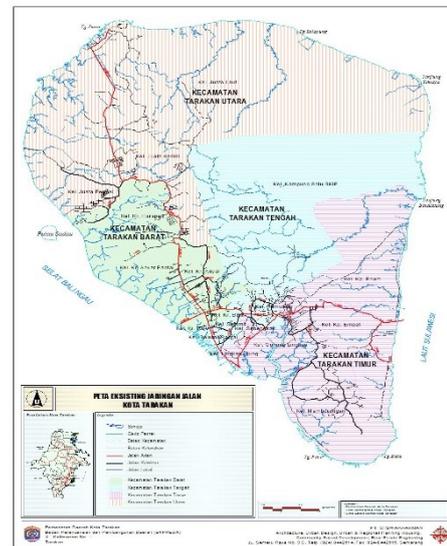
Secara umum populasi yang diambil adalah populasi kedai kopi yang berlokasi di Kota Tarakan. Kedai kopi tersebut tersebar di beberapa lokasi, yaitu diantaranya daerah Kampung Bugis, Gunung Lingkas, Karang Balik, Pasir Putih, dan daerah lainnya dengan jumlah bervariasi namun secara total jumlahnya sekitar 70-80 kedai kopi.

Dibawah ini kami akan coba melakukan elaborasi terhadap beberapa variabel yang menjadi faktor penting yang mempengaruhi dan menjadi pertimbangan dalam proses penetapan lokasi kedai kopi di Kota Tarakan.

- **AKSESIBILITAS**

Kemudahan akses untuk mencapai lokasi kedai kopi sangat berpengaruh pada penetapan lokasi kedai kopi, selain mempertimbangkan pula faktor kondisi jaringan jalan yang ada, dimana kondisi jalan di Kota Tarakan sebagian besar beraspal baik, meskipun kontur tanahnya berbukit-bukit namun hanya sebagian kecil saja yang

mengalami kerusakan, dan selama ini telah menjadi sarana pendukung masyarakat melakukan aktivitas rutinnnya setiap hari dengan lancar, dan itu membuat pemilihan dan penetapan lokasi kedai kopi menjadi banyak pilihan. Dalam praktiknya sebagian besar kedai kopi lebih memilih lokasi kedainya di area jalan lokal yang masuk gang yang masih dekat dengan jalan utama/raja. Hal tersebut dipilih dengan mempertimbangkan bahwa jalan masuk gang/lokal relatif lebih tenang dan sepi, ketimbang di jalan raya yang cenderung lebih ramai lalu lintasnya sehingga ketenangan konsumen terganggu. Jalan raya selama ini lebih cocok digunakan untuk mengakomodasi kendaraan besar dan untuk menghubungkan kegiatan-kegiatan besar yang dilaksanakan di pusat kota Tarakan sehingga lebih ramai dan padat.



Gambar 1 Peta Jalan di Kota Tarakan

Secara umum meskipun sebagian kedai kopi memilih lokasi di gang dekat jalan raya namun tingkat kepadatan lalu lintas di jalan yang dipilih masih cukup ramai. Hal ini membuka peluang kedai kopi untuk

memperluas segmen/pangsa pasarnya karena kemungkinan akan semakin banyak orang yang mengetahui dan mengenal kedai kopi di lokasi tersebut. Disisi lain, banyak pula kedai kopi yang memilih lokasi di jaringan jalan raya yang relatif tidak ramai. Penetapan lokasi tersebut diambil untuk mendapatkan suasana yang lebih *privacy*, *cozy*, tenang, jauh dari hiruk-pikuk keramaian lalu lintas dan lingkungan, sehingga suasana dapat lebih nyaman.

Berbeda dengan kota besar lainnya, di kota Tarakan transportasi umum relatif tidak banyak dan keberadaannya tidak signifikan berpengaruh pada mobilitas masyarakatnya, karena masyarakat pun cenderung menggunakan kendaraan pribadi untuk aktivitas hariannya, sehingga bukan merupakan faktor penting dalam penetapan lokasi kedai kopi. Penggunaan kendaraan pribadi telah menjadi budaya sehari-hari sehingga faktor aksesibilitas tersebut mengabaikan faktor sarana transportasi umum untuk pertimbangan penetapan lokasi kedai kopi.

## • LINGKUNGAN

Lingkungan yang kondusif diperlukan dalam penetapan lokasi kedai kopi karena secara tidak langsung akan dapat menciptakan suasana tenang dan nyaman bagi konsumen sehingga memudahkan berjalannya kegiatan operasional kedai kopi. Selain itu bisa mempengaruhi pemilik untuk berupaya mempermanenkan lokasi dalam jangka panjang sehingga peluang mengembangkan usaha kedepannya dapat lebih cepat. Kondisi lingkungan yang kondusif juga bisa membuat kenyamanan konsumen yang berkunjung ke lokasi kedai

kopi menjadi betah berlama-lama di kedai, sehingga menciptakan konsumen-konsumen yang loyal yang sulit didapatkan di lokasi yang lingkungan kurang kondusif.

Aktivitas lingkungan yang dapat mempengaruhi keberadaan kedai kopi antara lain aktivitas perdagangan atau pendidikan. Secara umum oleh karena kedai kopi kekinian lebih banyak disukai para kaum *milenial*, maka aktivitas di sekitar lokasi kedai yang dapat mendongkrak omzet penjualan adalah aktivitas di dekat sarana pendidikan seperti sekolah dan kampus. Keberadaan kedai kopi selain ditentukan oleh pemilihan lokasi yang tepat juga ditentukan oleh layanan dan tema yang ditawarkan. Tema kedai kopi sendiri tercermin dari desain ruangan yang ditawarkan di kedai kopinya, dan sekalipun kedai kopi itu memiliki segmen atau target pasar yang menasar dari segala umur akan tetapi penempatan di lokasi-lokasi strategis memang menjadi “magnet” tersendiri untuk menarik minat masyarakat yang semula tidak atau belum terbiasa dengan konsep kedai kopi kekinian.

Di lingkungan lokasi kedai kopi yang akan ditetapkan, keberadaan prasarana vital juga patut menjadi bahan pertimbangan seperti, jaringan listrik, jaringan gas, dan jaringan air bersih, dimana secara umum seluruh prasarana pendukung tersebut di Kota Tarakan sudah terlayani dengan baik. Secara umum kondisi prasarana lingkungan Kota Tarakan yang sudah tertata dan tersedia dengan baik sehingga bukan menjadi faktor yang penting meskipun dalam proses pemilihan lokasi hal tersebut tetap perlu diperhatikan dan menjadi salah satu syarat

yang wajib ada bila ingin memilih lokasi tersebut.

Pemilik/*owner* kedai kopi di Kota Tarakan lebih suka memilih lokasi yang berada di lingkungan permukiman ataupun di wilayah-wilayah yang padat penduduk. Pemilihan lokasi untuk kedai kopi tersebut dengan pertimbangan bahwa keberadaan kedai dapat diterima masyarakat. Terkait dengan segmen yang akan dituju, kembali berpulang pada konsep dan tema desain kedai kopi tersebut, karena dari tema tersebut akan tampak segmen yang seperti apa yang mau dibidik pemilik. Dan tema tersebut juga akan menyesuaikan dengan kondisi lingkungannya. Namun demikian berdasarkan pengamatan sementara ini sebagian besar kedai kopi menasar pada segmen kelompok muda dengan pertimbangan kelompok muda ini lebih sering menghabiskan waktunya untuk bersosialisasi.

Terkait tingkat keamanan, pada umumnya kedai kopi di Kota Tarakan yang banyak memilih tempat di daerah permukiman padat penduduk di Kota Tarakan tersebut, relatif lebih terkendali karena secara umum berdasarkan data yang ada tingkat kejahatan di wilayah tersebut relatif rendah. Di sisi lain daerah-daerah yang dipilih kedai kopi rata-rata berada di lingkungan yang dihuni oleh masyarakat menengah ke atas yang memiliki aktivitas sosial relatif lebih tinggi dari wilayah yang lain, sebagai konsumen potensial bagi kedai kopi, sementara keamanan relatif terkendali, sehingga tidak heran kedai-kedai yang berada di lingkungan perumahan juga selalu ramai dikunjungi pelanggannya. Hal tersebut menambah animo

pemilik kedai kopi untuk membuka kedainya di wilayah tersebut, karena menganggap bahwa di wilayah tersebut memiliki peluang besar menambah konsumen potensial bagi kedai kopi.

## PERATURAN PEMERINTAH

Guna meminimalisir munculnya permasalahan dikemudian hari dengan pihak pemerintah, pemilihan lokasi kedai kopi juga memperhatikan kesesuaian dengan ketentuan setempat yang berlaku, serta kemungkinan adanya insentif-insentif tertentu yang diberikan pemerintah daerah setempat untuk kedai kopi yang sudah berkontribusi dari sektor pajak dan selama ini telah menaati peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah daerah. Secara umum pemilik kedai kopi di Kota Tarakan senantiasa mengikuti ketentuan yang berlaku termasuk dalam memilih lokasi di wilayah yang diperbolehkan untuk pengembangan kegiatan komersial, termasuk area-area permukiman.

Penetapan lokasi kedai kopi di tempat yang memiliki prospek untuk pengembangan usaha atau di permukiman tidak lain karena pada lokasi tersebut peluang untuk mendapatkan konsumen yang potensial sangat besar dari sisi aktivitas sosial maupun aktivitas komersial yang dapat menarik minat masyarakat sekitarnya yang tinggal di lingkungan permukiman sekitar lokasi kedai kopi. Hal ini ditambah dengan perubahan tren gaya hidup yang terwakili oleh kedai kopi, membuat potensi pengembangannya sangat menjanjikan. Tantangan berikutnya apabila pemilik memutuskan untuk memilih lokasi di sekitar permukiman padat penduduk adalah dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat di sekitar lokasi agar kehadiran

kedai kopi dapat menyatu dengan lingkungan tersebut.

## **PESAING/KOMPETITOR**

Tantangan lain pemilik kedai kopi dalam memilih lokasi kedai adalah adanya pesaing di sekitar lokasi yang akan dipilih. Untuk itu pemilik kedai harus memahami posisinya dibanding pesaingnya. Selain itu harus bisa membaca dan memahami keberadaan, kekuatan, serta peluang dari hadirnya pesaing di sekitar lokasi yang akan dipilih sebagai lokasi kedai kopi. Kemudian dari hasil observasi dan analisisnya, pemilik harus mampu mengidentifikasi kelebihan/keunggulan dirinya ketimbang kompetitornya agar bisa bersaing dan bisa menjamin bahwa usaha yang dijalankan nantinya dapat bersaing. Guna mengefisiensikan biaya riset pasar, pemilik kedai cenderung memilih tempat yang letaknya relatif dekat dengan lokasi pesaing.

Lokasi yang berdekatan dengan pesaing/kompetitor akan memberikan pula kesempatan pemilik kedai kopi untuk mempromosikan produknya ke konsumen pesaing yang kebetulan lewat atau mampir nantinya, karena dengan keberadaan pesaing di area dekat kedai, secara tidak langsung membuka peluang konsumen pesaing untuk mampir ke lokasi kedai kopi kita mencoba menu-menu yang ada. Dari situ peluang mendapatkan konsumen dari pesaing akan cukup besar.

## **PARKIR**

Penetapan lokasi kedai kopi juga perlu memikirkan lahan parkir yang harus tersedia, meliputi luas lahan, keamanan kendaraan yang parkir dan kenyamanan parkir. Ini faktor penting yang bisa diabaikan guna

memenuhi ekspektasi dan keinginan dari para pengunjung, agar bisa menikmati minuman dan makanan dengan nyaman tanpa memikirkan keberadaan kendaraannya. Dan hal tersebut akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi konsumen untuk datang kembali ke lokasi tersebut. Pemilik kedai kopi yang paham akan pentingnya areal parkir yang menjadi bagian dari kedai kopi pasti akan berusaha menyiapkan dan mengoptimalkan lahan parkir yang tersedia bagi para konsumennya sehingga dapat menggunakannya, bahkan kedepan dapat dikembangkan.

Ketika lahan untuk parkir tidak tersedia atau tersedia namun terbatas, maka konsumen akan berpikir berulang kali untuk kembali ke lokasi kedai kopi. Kecuali kedai kopi tersebut memiliki sesuatu yang berbeda dan unik yang banyak disukai orang sehingga keterbatasan lahan parkir dapat diabaikan. Namun apabila kedai kopi tersebut tidak memiliki sesuatu keunikan sebagai pembeda dengan pesaing, maka keterbatasan lahan parkir menjadi masalah yang serius. Untuk itu perlu diperhatikan oleh pemilik. Selain itu bagi kedai kopi yang lahan parkirnya terbatas, perlu melakukan pendekatan dengan lingkungan sekitar agar lingkungan bisa mengizinkan kedai kopi memarkir kendaraannya yang terbatas itu di lokasi warga sekitar dengan tenang. Ini merupakan tantangan tersendiri bagi kedai kopi yang lahan parkirnya terbatas.

## **VISIBILITAS**

Ketika lokasi mudah untuk dijangkau dan mudah ditemukan/terlihat, maka akan membuat para pengunjung atau masyarakat akan sering ke lokasi tersebut pada saat

diinginkan. Kemudahan tersebut menjadi suatu keuntungan kedai kopi karena peluang kembalinya pengunjung ke lokasi tersebut diperkirakan lebih besar ketimbang di lokasi yang jarang dilalui dan jarang terlihat. Untuk itu biasanya oleh para pemilik kedai kopi penguatan *brand* dan identitas kedai diperkuat antara lain menggunakan bentuk bangunan yang unik yang berbeda dengan yang lain dan/atau menggunakan *tools* atau sarana lain di depan kedai kopi yang unik dan khas di sekitar lokasi sehingga bisa menarik perhatian warga yang lewat menjadi suatu ciri khusus yang melekat kuat dalam ingatan para pengunjung atau masyarakat umum.

Selain itu, umumnya para pemilik memanfaatkan ciri atau simbol khusus seperti tulisan atau gambar dengan warna yang mencolok atau model ukuran yang khas yang diletakkan di tempat yang mudah dilihat masyarakat umum. Kadang kala pemilik kedai kopi juga memasang petunjuk arah di jalan raya yang padat penduduk yang dianggap strategis guna menginformasikan dan memberi petunjuk kepada masyarakat lokasi kedai kopinya.

## **TATA LETAK DAN DESAIN RUANGAN KEDAI KOPI**

Tata Letak dan Desain Ruang Kedai Kopi menjadi salah satu faktor penting dalam menetapkan lokasi kedai kopi. Kondisi lahan, dan desain ruangan di lokasi itu akan mempengaruhi minat konsumen untuk berkunjung. Dengan kemampuan mengeksplorasi lokasi dan tata ruang serta desain yang sesuai dengan kondisi lokasi dan sejalan dengan perkembangan jaman, maka pemilik bisa optimis menarik konsumen untuk datang ke lokasi kedai kopi. Dan itu

membutuhkan *effort* dan tantangan tersendiri karena kondisi lokasi tidak sepenuhnya sesuai dengan ekspektasi pemilik, sehingga diperlukan kreativitas tersendiri untuk meramunya agar menjadi sesuai yang menarik.

Umumnya pemilik kedai kopi menyediakan dua tata letak ruangan yang bisa digunakan oleh para pengunjung, yaitu untuk *indoor* dan *outdoor*. Ruang di dalam bangunan didesain agar kondisinya lebih nyaman dan tenang untuk bisa digunakan dalam beraktivitas dengan lancar, dan ruang di luar bangunan diciptakan untuk mencari suasana yang lebih alami, lebih santai untuk berkomunikasi satu dengan lainnya. Dengan kata lain, konsep-konsep desain kedai kopi mulai dari yang bertema klasik/antik hingga modern dan futuristik bisa diaktualisasikan dalam konsep pembangunan kedai kopi sesuai luas area dan lokasinya.

## **TENAGA KERJA**

Dalam operasionalnya sehari-hari, kedai kopi membutuhkan beberapa orang yang memiliki *skill* khusus yang bisa bekerja sama untuk menjalankannya setiap hari. Kebutuhan tersebut oleh karena memiliki *skill* khusus sehingga dapat dipenuhi oleh tenaga kerja dari luar lokasi kedai, kecuali untuk posisi yang sifatnya umum bisa diisi oleh tenaga kerja dari mana pun.

Pada umumnya para pegawai kedai kopi jarang yang berasal dari lingkungan sekitar kedai kopi, mereka umumnya tinggal jauh dari kedai kopi meskipun masih di sekitar Kota Tarakan. Namun demikian beberapa kedai kopi tetap memberikan peluang warga sekitar kedai untuk bekerja di kedai kopi tersebut. Tujuan mempekerjakan warga

sekitarnya adalah keberadaan kedai kopi bisa menyatu dan diterima oleh masyarakat sekitarnya.

## PENGELUARAN BIAYA

Dalam pemilihan lokasi kedai kopi juga perlu mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan untuk biaya operasional agar dapat diukur sehingga tidak menjadi tinggi yang pada akhirnya berpengaruh pada kondisi keuangan kedai kopi secara keseluruhan karena ketika pemilik perlu menghitung secara cermat kebutuhan biaya yang diperlukan dan potensi pemasukan yang akan didapat, agar dapat diukur apakah lokasi yang dipilih itu *feasible* dari sisi hitungan bisnis atau tidak. Bila tidak dilakukan hal itu maka akan bisa mengancam kelangsungan usaha kedai kopi sehingga terancam berhenti beroperasi. Untuk itu para pemilik kedai kopi di Kota Tarakan secara umum akan mencari lokasi yang dari sisi biaya relatif murah dan masuk dalam hitungan RAB yang dibuat sebelumnya, sehingga bisa efisien dan tidak terlalu banyak membebani elemen pengeluaran namun mempunyai peluang yang menguntungkan ketika dikembangkan usaha kedai kopi.

Pemilihan lokasi yang sesuai dengan jangkauan kantong pemilik, membuat pencarian lokasi yang cocok dari sisi harga juga menjadi pertimbangan penting. Lokasi yang sering dituju umumnya berdekatan dengan jalan-jalan utama di Kota Tarakan, sehingga harapannya para konsumen masih bisa dengan mudah mencari lokasi kedai kopi. Di sisi lain, kondisi sarana penunjang seperti jalan yang mulus, lokasi apakah banjir atau tidak dan sebagainya tetap menjadi pertimbangan dan menjadi alternatif pilihan

bagi para pemilik kedai kopi. Bahkan tidak jarang lokasi yang sepi namun berada dekat dengan jalan raya pun tetap diambil karena pertimbangan harga yang relatif bisa lebih efisien.

## FAKTOR PENETAPAN LOKASI KEDAI KOPI DI KOTA TARAKAN

Dari hasil observasi diluar penelitian, dengan melakukan pengamatan langsung, dan *in depth interview* sederhana kepada para pemilik kedai kopi didapatkan kesimpulan bahwa terdapat 4 (empat) kondisi/faktor yang secara umum mempengaruhi penetapan lokasi kedai kopi di Kota Tarakan. Adapun kondisi yang mempengaruhi pemilihan lokasi kedai kopi di Kota Tarakan, antara lain: fleksibilitas lokasi, kesesuaian lokasi, dukungan lingkungan di sekitar lokasi, dan faktor tambahan lainnya.

Hasil observasi dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Kondisi pertama adalah kondisi dimana untuk fleksibilitas lokasi dibutuhkan, yaitu kondisi keberadaan jalan utama, arus lalu lintas, kemudahan lokasi dilihat, aktivitas pendukung, dan keberadaan pesaing. Kondisi yang pertama tersebut mewakili pertimbangan dari sisi kemudahan menemukan lokasi dimana masyarakat bisa dengan mudah dan aman mencapai lokasi tersebut.

Tantangan paling besar mengenai penetapan lokasi kedai kopi di Kota Tarakan adalah memperoleh lokasi kedai kopi yang berdekatan dengan para konsumen potensial. Untuk itu pemilik kedai kopi di Kota Tarakan berupaya mencari lokasi yang masih berada dalam jangkauan dari jalan-jalan utama yang memiliki arus lalu lintas cukup ramai sehingga lokasi kedai kopi mudah untuk dijangkau dan dikunjungi oleh konsumen yang kebetulan sedang lewat di sekitar lokasi kedai kopi.

Tempat kedai kopi yang juga bisa mendatangkan pengunjung potensial adalah tempat yang terletak dekat dengan lokasi di sekitar pusat perdagangan dan permukiman. Sebelum COVID-19-19 mungkin lokasi yang ideal lainnya adalah lokasi di sekitar tempat pendidikan, namun setelah COVID-19, lokasi tersebut tidak cocok untuk pendirian kedai kopi karena aktivitas pendidikan menurun drastis. Lokasi kedai kopi yang sebagian berada di lokasi yang sama, sehingga membentuk kumpulan kedai kopi, sebagai salah satu strategi untuk bisa menarik lebih banyak pilihan segmen konsumen yang kebetulan berkunjung di salah satu kedai di lokasi tersebut. Disisi lain konsumen juga diuntungkan dengan kondisi ini karena saat melintas ke lokasi tersebut, konsumen bisa memilih sesuai selera kedai kopi mana yang akan dikunjungi.

- 2) Kondisi kedua adalah kesesuaian letak lokasi. Kondisi kedua ini meliputi ketersediaan lahan parkir, lingkungan dan luas areal lokasi, peraturan pemerintah, serta pengeluaran biaya. Kondisi kedua ini lebih merepresentasikan mengenai ketersediaan dan kesiapan lokasi terpilih untuk dapat memenuhi ekspektasi pemilik kedai untuk kebutuhan kedai kopi yang akan dijalankan dengan tetap memperhatikan *cost and benefit* yang diperhitungkan pemilik. Kesesuaian lokasi terutama ditentukan dari ketersediaan lokasi yang dapat dieksplorasi ruangnya untuk digunakan sebagai kedai kopi, serta dapat mengaplikasikan konsep dan tema kedai kopi yang diinginkan oleh pemilik.

Ketersediaan lokasi juga termasuk untuk areal lahan parkir yang mampu menampung kendaraan pribadi dari para pengunjung kedai kopi. Kesepakatan harga dari lokasi juga sangat ditentukan oleh kemampuan finansial yang dimiliki oleh pemilik kedai kopi yang akan memilih lokasi tersebut. Serta dalam penetapan lokasi juga telah mempertimbangkan kesesuaian

dengan peraturan-peraturan pemerintah daerah setempat sebagai jaminan atas keberlangsungan usaha, serta membuka peluang untuk adanya kemungkinan pengembangan kedai kopi mengikuti aturan tata ruang.

Kedai kopi yang lokasinya memiliki unsur fleksibilitas yang baik, juga perlu mempunyai area ruangan yang cukup agar konsep, desain dan tema yang menjadi daya tarik bagi para pengunjung dapat terakomodir agar kelangsungan usaha dapat terus berlangsung. Kesesuaian lokasi juga menjadi salah satu faktor yang menentukan dalam rangka keberlangsungan usaha karena sulit ditemui lokasi yang demikian di Kota Tarakan kecuali letaknya di wilayah pinggir kota yang kurang *feasible* untuk dikunjungi. Untuk itu para pemilik kedai kopi di Kota Tarakan mengakalinya dengan memaksimalkan fungsi di lokasi yang diperoleh yang masih berada dalam jangkauan wilayah dengan fleksibilitas baik, dengan desain dan konsep tema kedai yang menarik.

- 3) Kondisi ketiga adalah adanya dukungan lingkungan di sekitar lokasi. Dalam kondisi ketiga ini yang menentukan adalah ketersediaan prasarana lingkungan, karakter penduduk, serta tingkat keamanan dari lingkungan di sekitar lokasi kedai kopi yang terpilih. Kondisi ketiga mencerminkan mengenai unsur-unsur yang ada di sekitar lokasi yang bisa membantu dan mendukung kelancaran kegiatan operasional kedai kopi.

Prasarana lingkungan yang tersedia yang menghubungkan antara satu wilayah dengan wilayah lain relatif sudah layak sehingga tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap penetapan lokasi kedai kopi. Begitu pula dengan tingkat keamanan di Kota Tarakan yang baik dan angka kriminalitas yang tergolong rendah sehingga secara umum keamanan terjamin. Sedangkan untuk karakter penduduk relatif cukup kondusif, sehingga tidak begitu berpengaruh dalam memilih lokasi.

- 4) Kondisi keempat adalah kondisi tambahan lainnya. Kondisi ini yang terdiri dari ketersediaan lokasi untuk mengeksplorasi ruangan, konsep dan desain tata ruang kedai kopi yang cocok, serta ketersediaan tenaga kerja, yang memberikan cukup pengaruh dalam penetapan lokasi untuk kedai kopi di Kota Tarakan. Hal tersebut terjadi karena masyarakat Kota Tarakan cenderung mencari tempat/kedai kopi yang *instagrammable* dan nyaman untuk bersantai menikmati kopi dan makanannya, serta kebutuhan tenaga kerja yang terkadang membutuhkan keahlian khusus sehingga perlu mencari di luar lingkungan lokasi kedai kopi. Kondisi ini hanya bisa dianggap sebagai pelengkap saja dari kondisi-kondisi lainnya yang telah diulas sebelumnya karena tanpa pertimbangan akan kondisi ini kegiatan usaha kedai kopi di Kota Tarakan masih bisa tetap berjalan dengan baik.

## 4. KESIMPULAN

Penetapan lokasi kedai kopi merupakan salah satu faktor awal yang terpenting dalam memulai suatu usaha kedai kopi karena berangkat dari kondisi awal yang ada akan sangat mempengaruhi perkembangan selanjutnya serta keberlangsungan usaha yang telah direncanakan. Secara umum penetapan lokasi kedai kopi di Kota Tarakan ditentukan oleh beberapa kondisi diantaranya kondisi fleksibilitas lokasi, kondisi kesesuaian lokasi, kondisi dukungan lingkungan di sekitar lokasi, hingga kondisi tambahan lainnya. Pemilik kedai kopi di Kota Tarakan menempatkan aksesibilitas atau kemudahan ke lokasi kedai oleh para pengunjung menjadi kondisi utama terpenting karena konsumen dapat secara konsisten datang ke kedai kopi secara reguler, dan menjadi sumber utama pemasukan kedai

kopi tetap bisa berjalan. Selanjutnya pemilik juga mempertimbangkan mengenai lokasi yang sesuai dengan kemampuan keuangan yang dimiliki dengan tetap memperhatikan ruang untuk mengeksplorasi keterbatasan lokasi yang cocok sehingga bisa membuat pengunjung merasa nyaman ketika ada di kedai kopi. Dukungan lingkungan di sekitar lokasi juga memberikan keuntungan positif terhadap kelangsungan usaha kedai kopi sehingga kedai kopi bisa memberikan pelayanan yang maksimal terhadap pengunjung. Sedangkan untuk kondisi tambahan lainnya meskipun belum menjadi bagian cukup penting karena karakter masyarakat Kota Tarakan yang mudah menerima gaya hidup baru yang serba *instagrammable*, serta kebutuhan tenaga kerja untuk operasional kedai kopi yang relatif masih bisa dipenuhi di sekitar Kota Tarakan, namun tetap menjadi perhatian untuk penetapan lokasi kedai kopi, sehingga kondisi yang tepat dapat tercipta.

## 5. REFERENSI

- Ariani, W. D. (2009). *Manajemen Operasi Jasa*. Graha Ilmu.
- Bernhardt, A., & Stoll, L. (2010). Creating Third Places Places where communities gather. *Downtown Economics*, 172.
- Chen, L. F., & Tsai, C. T. (2016). Data mining framework based on rough set theory to improve location selection decisions: A case study of a restaurant chain. *Tourism Management*, 53, 197–206. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.001>
- Damajani, R. R. D. (2008). Vernakularisme, Informalitas, dan Urbanisme: Café sebagai Ekspresi Gaya Hidup Kontemporer. *ITB Journal of Visual*

- Art and Design*, 2(2), 141–158.  
<https://doi.org/10.5614/itbj.vad.2008.2.2.3>
- Goodall, B. (1972). *The Economics of Urban Areas*. Pergamon Press.
- Hariwan, P., & Silviatni, I. (2014). Perancangan Model Bisnis Cafe Zapateria. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 53–67.  
<https://doi.org/10.31843/jmbi.v2i1.40>
- Indarti, N. (2004). Business Location and Success: The Case of Internet Café Business in Indonesia. *Gajah Mada International Journal of Business*, 6(2), 171.  
<https://doi.org/10.22146/gamaijb.5543>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2014). *Peraturan Menteri Nomor 10 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Kafe*. Kementerian Pariwisata.
- Maharani, N., & Abdullah, I. (2008). *KONSUMSI RUANG KAFE : PANGGUNG PUBLIK YANG PERSONAL (Studi kasus dinamika pola konsumsi dan pemaknaan ruang kafe di Kota Yogyakarta)*. Universitas Gajah Madah.
- Oldenburg, R. (1996). Our Vanishing “Third Places.” *PLANNING COMMISSIONERS JOURNAL*, 25, 6–10.
- Park, K., & Khan, M. A. (2006). An exploratory study to identify the site selection factors for U.S. franchise restaurants. Dalam *Journal of Foodservice Business Research* (Vol. 8, Nomor 1, hlm. 97–114). Taylor & Francis Group.  
[https://doi.org/10.1300/J369v08n01\\_07](https://doi.org/10.1300/J369v08n01_07)
- Sumada, I. M., & Suradika, A. (2020). Evaluasi Kebijakan Penerbitan Tanda Daftar Usaha Pariwisata Di Badan Pelayanan Dan Perizinan Terpadu Kabupaten Badung. *Public Inspiration: Jurnal Administrasi Publik*, 5(1), 16-27.
- Tarigan, R. (2005). *Perencanaan Pembangunan Wilayah* (Revisi). Bumi Aksara.
- Tjiptono, & Chandra, G. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction* (3 ed.). ANDI.
- Tzeng, G. H., Teng, M. H., Chen, J. J., & Opricovic, S. (2002). Multicriteria selection for a restaurant location in Taipei. *International Journal of Hospitality Management*, 21(2), 171–187. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(02\)00005-1](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(02)00005-1)
- Wahyudi, N. (2014). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMILIHAN LOKASI USAHA TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA MIKRO DI KECAMATAN SUNGAI KUNJANG. *Ekonomia*, 3(3), 136–143.  
<https://doi.org/10.11.1001.3443.063>
- Zuliarni, S., & Hidayat, R. T. (2014). Analisis Faktor Pertimbangan Pebisnis Restoran Kelas Kecil Di Lingkungan Kampus. *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 1(2), 1–10.  
<https://doi.org/10.31258/JAB.3.2.100-119>