

**PERTUKARAN SOSIAL PEDAGANG KOPI
KELILING DALAM STRATEGI PEMASARAN
DI TENGAH MARAKNYA *COFFEE SHOP* DI
KAWASAN SUDIRMAN, JAKARTA PUSAT**

DIANA CHRISTIN

1405620068

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan (S.Pd)

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

ABSTRAK

Diana Christin, Pertukaran Sosial Pedagang Kopi Keliling dalam Strategi Pemasaran di Tengah Maraknya *Coffee Shop* di Kawasan Sudirman, Jakarta Pusat. Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 2024.

Tujuan utama penelitian ini untuk menjelaskan pertukaran sosial dalam strategi dari pedagang kopi keliling dan tantangan dalam melakukan pemasaran di tengah ramai bermunculan *coffee shop* di Kawasan Sudirman, Jakarta Pusat. Selanjutnya penelitian ini juga berfokus pada dasar dari tindak pertukaran sosial yang dilakukan pedagang kopi keliling yang berkaitan pada jejaring sosial dan pendidikan sebagai pekerja yang merantau dari Madura ke Jakarta.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan didukung oleh studi literatur. Subjek penelitian meliputi lima pedagang kopi keliling sebagai informan utama dan satu SatPol PP sebagai informan kunci serta terdapat triangulasi data dari konsumen kopi sebagai informan tambahan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran pedagang kopi keliling dilatar belakangi oleh adanya dua faktor pendukung yaitu ekonomi dan sosial. Faktor ekonomi pemenuhan kebutuhan menjadi tuntutan sebagai pekerjaan yang tidak terikat pada atasan dengan menggunakan modal pribadi yang terjangkau bagi pedagang kopi keliling. Keterjangkauan usaha serta pemasaran menjadi hal yang mempengaruhi penentuan harga, ketepatan waktu usaha, kemudahan masuk ruang pasar dan bauran strategi pedagang dan memudahkan berbagai tingkatan masuk dalam segmentasi pasar. Sedangkan aspek sosial melalui teori pertukaran sosial dalam strategi pemasaran, terdapat ketertarikan hubungan yang saling menguntungkan antara pedagang kopi keliling dengan konsumen. Terdapat motif dari pertukaran sosial strategi pemasaran pedagang kopi keliling untuk tujuan keuntungan yang hanya dapat dibangun dengan interaksi pada konsumen, hal sebanding juga dilakukan konsumen. Dasar dari pertukaran sosial ini juga berkaitan erat dengan pertimbangan interaksi yang terjalin melalui jejaring sosial saudara se daerah mengenai usaha sesama berdagang kopi keliling hingga dapat masuk dalam kelompok sosialnya. Kemudahan jejaring sosial ini masih memiliki tantangan yang harus dihadapi pedagang kopi keliling dari penertiban petugas, cuaca yang tidak dapat kendalikan disertai keterbatasan ruang dan kondisi fisik yang diutamakan. Selain itu, terdapat nilai pembelajaran dari pedagang kopi keliling sebagai pekerja usaha mikro, dimana kerja keras melakoni usaha dan kesabaran menjadi kunci bertahannya pedagang kopi keliling yang masuk dalam strategi pemasaran berdagang di perkotaan Kawasan Sudirman, Jakarta Pusat.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Kopi Keliling, Pertukaran Sosial, Jejaring Sosial

ABSTRACT

Diana Christin, Social Exchange of Mobile Coffee Traders in Marketing Strategy Amid the Rise of Coffee Shops in the Sudirman Area, Central Jakarta. Thesis, Jakarta: Sociology Education Study Program, Faculty of Social Sciences, Jakarta State University, 2024.

The main objective of this research is to explain the social exchange in strategies of mobile coffee traders and marketing challenges amidst the large number of coffee shops popping up in the Sudirman area, Central Jakarta. Furthermore, this research also focuses on the basis of social exchange acts carried out by traveling coffee traders which are related to social networks and education as workers who migrate from Madura to Jakarta.

This research uses a qualitative approach with descriptive methods and data collection through observation, interviews, documentation and supported by literature studies. The research subjects included five mobile coffee traders as main informants and one SatPol PP as key informants and there was triangulation of data from coffee consumers as additional informants.

The results of this research show that the marketing strategy of mobile coffee traders is motivated by two supporting factors, namely economic and social. The economic factor that meets the needs is the demand for work that is not tied to superiors using personal capital that is affordable for traveling coffee traders. Affordability of business and marketing are things that influence price determination, timeliness of business, ease of entering market space and the mix of traders' strategies and make it easier for various levels to enter market segmentation. Meanwhile, the social aspect through social exchange theory in marketing strategy, there is an interesting, mutually beneficial relationship between mobile coffee traders and consumers. There is a motive for social exchange in the marketing strategy of mobile coffee traders for the purpose of profit which can only be built by interaction with consumers, similar things are also done by consumers. The basis of this social exchange is also closely related to the consideration of interactions that occur through the social networks of relatives in the area regarding the business of fellow mobile coffee traders so that they can join their social group. The convenience of social networking still has challenges that mobile coffee traders have to face, namely controlling officers, uncontrollable weather, limited space and physical conditions which take priority. Apart from that, there is the value of learning from itinerant coffee traders as micro business workers, where hard work in running a business and patience are the keys to the survival of itinerant coffee traders who are included in the trade marketing strategy in the urban area of Sudirman, Central Jakarta.

Keywords: *Marketing Strategy, Mobile Coffee, Social Exchange, Social Networking*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab / Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Jakarta



No.	Nama Dosen	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Ubedilah Badrun, S.Pd., M.Si</u> NIP. 197203152009121001 Ketua Sidang		18 Juli 2024
2.	<u>Suyuti, M.Pd</u> NIP. 198401162019031005 Sekertaris Sidang		19 Juli 2024
3.	<u>Prima Yustitia Nurul Islami, S.KPm., M.Si</u> NIP. 198901232019032017 Penguji Ahli		18 Juli 2024
4.	<u>Dr. Ciek Julyati Hisyam, MM., M.Si</u> NIP. 196204121987032001 Dosen Pembimbing I		22 Juli 2024
5.	<u>Ike Arriany, S.E., M.Pd</u> NIP. 197803152023212013 Dosen Pembimbing II		18 Juli 2024

Tanggal Lulus : 16 Juli 2024

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Diana Christin

NIM : 1405620068

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul :

“Pertukaran Sosial Pedagang Kopi Keliling dalam Strategi Pemasaran di Tengah Maraknya *Coffee Shop* di Kawasan Sudirman, Jakarta Pusat” merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan yang semuanya telah dijelaskan dari sumber. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku dari Universitas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri tanpa paksaan untuk menegakkan integritas akademik di Universitas.

Jakarta, 15 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Diana Christin

NIM : 1405620068



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Nothing is permanent in this world, not even our troubles

(Charlie Chaplin)

“Serahkanlah segala kekuatiranmu kepada-Nya, sebab Ia yang memelihara kamu”

(1 Petrus 5:7)

Setiap orang ada masanya setiap masa ada orangnya, tetapi waktu dan masa terus berganti, banyak harapan yang tertunda karena lelah dan diam yang akhirnya waktu membawa jauh tenggelam, jika tidak sekarang maka harus siap terima resiko berada di posisi bawah.

Push urself to the edge of ur limits, if you don't push your limits you never go beyond them

(Diana Christin)

Persembahan :

Skripsi ini dipersembahkan kepada orang tua tercinta sebagai wujud terima kasih peneliti atas segala perjuangan tak terbalaskan yang senantiasa merawat, membesarkan dan mendoakan serta untuk abang tersayang yang menjadi panutan dan pemberi motivasi peneliti. Tak luput pula, skripsi ini dipersembahkan kepada peneliti sebagai apresiasi diri atas perjuangan dalam menyelesaikannya. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi setiap pembaca.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Diana Christin
NIM : 405620068
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial / Pendidikan Sosiologi
Alamat email : dianachristin26@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pertukaran Sosial Pedagang kopi keliling dalam Strategi Pemasaran
di Tengah Maraknya Coffee Shop di Kawasan Sudirman, Jakarta pusat

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta 24, Juli 2024

Penulis

(Diana Christin
nama dan tanda tangan)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Yesus Kristus Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih anugerahNya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pertukaran Sosial Pedagang Kopi Keliling dalam Strategi Pemasaran di Tengah Maraknya *Coffee Shop* di Kawasan Sudirman, Jakarta Pusat”. Skripsi ini merupakan tugas akhir dalam perkuliahan tingkat Sarjana yang disusun guna memenuhi persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

Pada proses penyusunan serta penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan berupa dukungan, semangat, doa dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih dan apresiasi sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Firdaus Wajdi, S.Th.I., M.A., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Ubedilah Badrun S.Pd., M.Si selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta dan Ketua Sidang yang telah memberikan masukan, arahan dan motivasi kepada penulis dalam sidang sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Ciek Julyati Hisyam, MM.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu untuk membimbing penulis dengan sabar serta

memberikan masukan, arahan dan motivasi penulis sejak awal penulisan *Reading Course* sampai dengan sidang akhir.

4. Ibu Ike Arriany, S.E., M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan sabar serta memberikan masukan, arahan, dan motivasi kepada penulis dalam menghadapi sidang.
5. Bapak Suyuti, M.Pd selaku Sekretaris Sidang yang telah memberikan masukan, arahan dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
6. Ibu Prima Yustitia Nurul Islami, M.Si selaku Dosen Penguji Ahli yang telah memberikan masukan, arahan serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Pendidikan Sosiologi yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta arahan kepada penulis selama menjalani proses studi di Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta.
8. Mbak Yusliana selaku Staf Admin Program Studi Pendidikan Sosiologi yang telah memberikan informasi yang sangat berguna dan membantu penulis selama proses perkuliahan hingga tahap akhir penyelesaian skripsi.
9. Kepada orang tua tercinta penulis, Bapak Demianus N dan Ibu Linceria S yang selalu memberikan cinta kasih, dan doa terbaik untuk kelancaran penyusunan skripsi ini. Rasa terima kasih yang tak terhingga saya ucapkan atas peran penting kalian yang tidak mampu dibalaskan atas dukungan

14. Rekan kerja di haistar, terutama kepada Aida Fitriana sebagai teman terbaik yang selalu menemani dalam observasi serta Iqbal Nur Hidayat menjadi salah satu orang yang dapat diandalkan dalam kehidupan penulis yang meluangkan waktu dan tenaga dalam menemani proses penelitian, motivasi, dukungan doa dan kesetiaan dalam mendengarkan keluh kesah penulis menjadi hal yang sangat berarti untuk menyelesaikan skripsi.

15. Teman Seperjuangan Pendidikan Sosiologi 2020, secara khusus pada kelas B yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu, menguatkan, memberikan semangat selama proses perkuliahan. Semoga perjuangan kita semua dipermudah dan sukses dalam karir kedepan.

16. Terakhir, penulis ingin mengucapkan rasa syukur dan terima kasih atas pencapaian diri ini yang telah mampu bertahan dan terus berjuang hingga saat ini. Perjuangan ini menjadi titik awal dalam menuju jenjang karir kedepan, proses awal menjadi langkah yang tidak mudah berada di titik ini, namun terima kasih banyak untuk Diana Christin yang mau diajak kerja sama dalam mengelola emosi diri dan pikiran dan memiliki keyakinan untuk bisa berjuang dalam setiap proses tingkatan kehidupan.

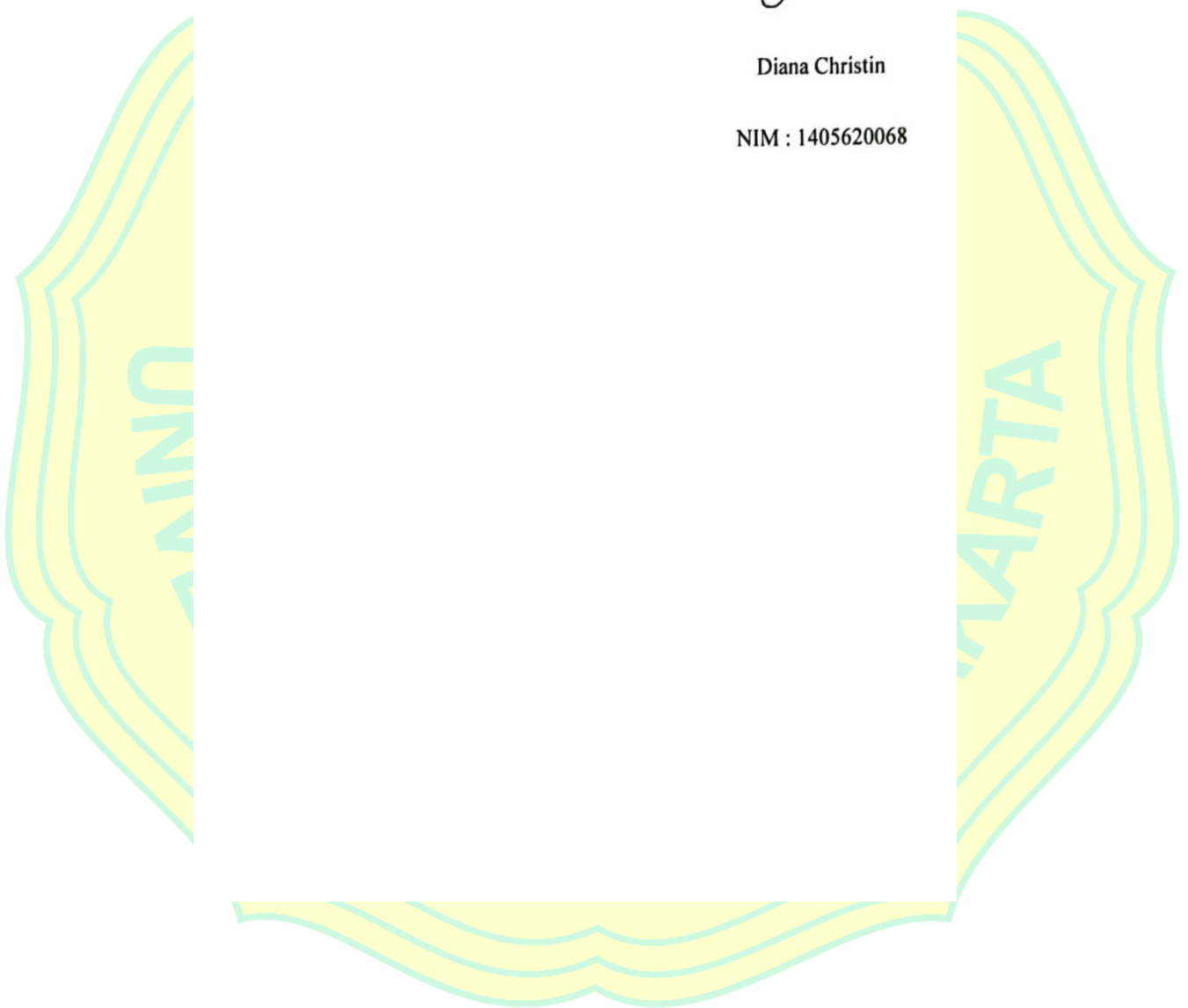
Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah disusun ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun diharapkan penulis guna membantu menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, moga skripsi ini dapat menambah wawasan pembaca serta memberikan manfaat luas-luasnya dalam mengembangkan dan meningkatkan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 15 Juli 2024



Diana Christin

NIM : 1405620068



DAFTAR ISI

JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR SKEMA	xviii
GLOSARIUM.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan Penelitian	9
1.3 Tujuan Masalah.....	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis.....	15
1.6 Kerangka Konseptual.....	18
1.6.1 Teori Pertukaran Sosial.....	18
1.6.2 Konsep Strategi Pemasaran	20
1.6.3 Perubahan Gaya Konsumsi Masyarakat	23

1.7 Metodologi Penelitian.....	25
1.7.1 Pendekatan Penelitian dan Metode Penelitian.....	25
1.7.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
1.7.3 Subjek Penelitian.....	26
1.7.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
1.7.5 Peran Peneliti.....	28
1.7.6 Keterbatasan Penelitian.....	28
1.7.7 Triangulasi Data.....	29
1.8 Sistematika Penelitian.....	30
BAB II KONTEKS SOSIAL PEDAGANG KOPI KELILING.....	34
2.1 Pengantar.....	34
2.2 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	35
2.2.1 Deskripsi Lokasi Sudirman, Jakarta Pusat.....	35
2.2.2 Karakteristik Pedagang Kopi Keliling.....	36
2.2.3 Karakteristik Konsumen Kopi di Kawasan Sudirman.....	40
2.3 Subjek Penelitian Informan Utama.....	43
2.3.1 Profil Informan Utama 1.....	43
2.3.2 Profil Informan Utama 2.....	45
2.3.3 Profil Informan Utama 3.....	47
2.3.4 Profil Informan Utama 4.....	49
2.3.5 Profil Informan Utama 5.....	51
2.4 Subjek Penelitian Informan Kunci.....	53
2.4.1 Profil Informan Kunci.....	53
2.5 Subjek Penelitian Informan Triangulasi.....	55
2.5.1 Profil Informan Tambahan 1.....	55

2.5.2 Profil Informan Tambahan 2.....	56
2.5.3 Profil Informan Tambahan 3.....	57
2.5.4 Profil Informan Tambahan 4.....	59
2.5.5 Profil Informan Tambahan 5.....	60
2.5 Penutup	62
BAB III STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG KOPI KELILING DI	
KAWASAN SUDIRMAN.....	64
3.1 Pengantar.....	64
3.2 Strategi Pemasaran Pedagang Kopi Keliling Digerakkan Interaksi dengan Pelanggan	65
3.2.1 Pedagang Menentukan Segmentasi Pasar	66
3.2.2 Pedagang Kopi Keliling Memiliki Ciri Di tengah Maraknya <i>Coffee Shop</i>	68
3.3 Strategi Bauran Pemasaran Pedagang Kopi Keliling Memasuki Kawasan Sudirman	72
3.3.1 Pedagang Kopi Keliling Melakukan Strategi Memasuki Pasar	72
3.3.2 Strategi Pedagang kopi keliling menghadapi Pihak Keamanan Kawasan Sudirman	74
3.3.3 Pemberian Pengaruh Produk dan Harga Pada Pembeli	75
3.3.4 Strategi Waktu Tepat Pedagang Mempengaruhi Pendapatan	78
3.5 Penutup	80
BAB IV ANALISIS PERTUKARAN SOSIAL TERHADAP PEDAGANG	
KOPI KELILING DI KAWASAN SUDIRMAN.....	82
4.1. Pengantar.....	82
4.2 Pertukaran Sosial Pedagang Kopi Keliling dengan Konsumen Dalam Strategi Pemasaran	82

4.3 Keberadaan Pedagang Kopi Keliling Melalui Jejaring Sosial.....	86
4.4 Menghadapi Tantangan Berdagang Kopi Keliling	88
4.5 Pendidikan Sebagai Dasar Pemikiran Pedagang Kopi Keliling ...	91
BAB V PENUTUP.....	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN	100



DAFTAR TABEL

Table 1. 1 Subjek Informan Utama Penelitian.....	26
Table 2.1 Subjek Informan Kunci Penelitian.....	53
Table 2.2 Subjek Informan Tambahan	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Lokasi Penelitian Kawasan Sudirman.....	35
Gambar 2. 2 Usaha Kopi Keliling H	43
Gambar 2. 3 Usaha Kopi Keliling JH	45
Gambar 2. 4 Usaha Kopi Keliling Y.....	47
Gambar 2. 5 Usaha Kopi Keliling NJ.....	49
Gambar 2. 6 Usaha Kopi Keliling F	51
Gambar 3. 1 Minuman Hasil Dagangan Kopi Keliling	76



DAFTAR SKEMA

Skema 1.1 Kerangka Konsep Pedagang Kopi Keliling.....21



GLOSARIUM

- Coffee shop** :tempat menyajikan berbagai jenis minuman kopi dan non kopi yang mungkin disertai makanan ringan, dan memiliki fasilitas Wi-Fi dan ber-AC. Tempat bersantai, bekerja, berkumpul
- Fashion Week** :peragaan koleksi busana, pameran, penetapan tren sepanjang musim
- Integrasi** :proses penyatuan komponen, system menjadi kesatuan utuh
- Kalangan Elit** :kelompok pengaruh, memiliki kekuatan, kekuasaan, dan kekayaan dalam suatu negara. Peran penting pembuat keputusan kebijakan berbagai bidang. Berkaitan kelas sosial di masyarakat
- Kelas Sosial** :kedudukan status sosial, penetapan kelompok masyarakat, struktur hierarki masyarakat, status ekonomi, status pendidikan, status pekerjaan, kekuasaan.
- Kelompok referensi** :patokan individu, mempengaruhi nilai dan perilaku individu. Perbandingan individu dengan kelompok lain. Keputusan dan tindakan dipengaruhi kelompok.
- Kereta Commuter Line** :transportasi umum, layanan kereta api perkotaan untuk bepergian ke tempat kerja, sekolah atau tujuan lain.
- Pekerja Informal** :pekerjaan yang tidak diatur secara resmi oleh pemerintah. pekerjaan tidak stabil, tidak ada perlindungan sosial.
- Orientasi** :langkah awal beradaptasi, penyesuaian, pengetahuan awal, pengenalan, pandangan kedepan

Ranah :wilayah, batasan, cakupan terhadap suatu topik, subjek, atau kegiatan

Segmentasi Pasar :pengelompokkan konsumen pasar, didasari karakteristik atau kebutuhan pasar. Pengembangan strategi pemasaran, penyesuaian harga, promo dan distribusi pasar. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen pengusaha

Straling :pedagang kopi keliling dengan sepeda, plesetan dari kedai kopi terkenal, Starbuck keliling.

Tren :fenomena yang sedang terjadi dan diikuti sebagian besar masyarakat. Perubahan dari waktu ke waktu. Perkembangan sosial yang dipengaruhi individu atau kelompok

