

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah perjalanan wisata yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling-keliling, baik secara terencana maupun tidak terencana yang dapat menghasilkan pengalaman total bagi pelakunya. Kegiatan wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan baik individu maupun grup dari tempat tinggal menuju suatu tempat tertentu untuk mendapatkan pengalaman diluar. Kegiatan wisata merupakan bagian dari kegiatan pariwisata, karena kegiatan pariwisata merupakan kegiatan jamak dari kegiatan wisata itu sendiri (Nurdin Hidayah, 2021:6). Kegiatan wisata merupakan kegiatan proses konsumsi terhadap suatu produk yang dilakukan oleh pelaku wisata dimulai dari tempat tinggalnya, di perjalanan dan di tempat tujuan. Produk yang dikonsumsi tersebut merupakan suatu pengalaman total (*total experiences*) yang diperoleh oleh pelaku perjalanan wisata dalam proses konsumsinya tersebut (Nurdin Hidayah, 2021:3). Kegiatan wisata dapat berupa upaya oleh wisatawan atau pengunjung untuk mencari kesenangan dirinya sendiri, baik berupa kegiatan yang menarik maupun kegiatan mencoba hal-hal baru bagi mereka atau yang biasa disebut *refreshing* atau *healing* oleh kalangan milenial era sekarang.

Pariwisata di Indonesia semakin hari semakin menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia saat ini, tentunya berdampak juga pada pertumbuhan industri dan jasa pariwisata. Salah satu industri pariwisata yang turut merasakan perkembangan sektor pariwisata adalah pada bidang bisnis restoran yang merupakan salah satu usaha pariwisata berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Menteri pariwisata dalam Rakernas Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia 2019 mengapresiasi peran pelaku industri restoran atau kafe serta menyebut besarnya kontribusi para pelaku industri tersebut terhadap dunia pariwisata Indonesia. Dengan kata lain, restoran atau kafe merupakan salah satu hal pendukung yang cukup penting dalam pariwisata khususnya di Indonesia.

Sebagian besar daerah di Indonesia mulai menyadari dampak positif yang ditimbulkan dari kemajuan pariwisata, sehingga selalu berusaha mengembangkan dan memberikan perhatian khusus pada sektor ini. Provinsi di Indonesia yang saat ini mengalami perkembangan pada sektor pariwisata salah satunya adalah provinsi Sumatera Selatan khususnya di kota Palembang.

Perkembangan pariwisata di Palembang yang berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan juga didukung dengan semakin banyaknya industri seperti usaha jasa perjalanan wisata, pusat oleh-oleh, hotel, dan khususnya restoran atau kafe. Pertumbuhan jumlah restoran atau kafe di Palembang dapat dilihat pada data Badan Pusat Statistik.

Tabel 1.1
Data Jumlah Restoran/Kafe di Kota Palembang
Tahun 2017-2021

Kabupaten/Kota	Jumlah Restoran/Kafe				
	2017	2018	2019	2020	2021
Palembang	31	31	32	32	864

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat bahwa pada tahun 2017-2018 terdapat 31 usaha restoran atau kafe di kota Palembang, pada tahun 2019-2020 tercatat bahwa ada 32 usaha restoran atau kafe, hingga pada tahun 2021 tercatat ada 864 restoran/kafe di kota Palembang. Data tersebut menunjukkan bahwa dimulai pada tahun 2017-2021 telah terjadi pertumbuhan yang sangat pesat, yaitu sebesar 833 usaha restoran di kota Palembang.

Pertumbuhan kafe yang meningkat pesat tidak terlepas dari permintaan pelanggan yang cukup tinggi, dimana permintaan ini dapat ditentukan melalui aspek seperti kebutuhan fisiologis serta gaya hidup manusia yang beragam. Wisatawan biasanya akan mencari atau mengonsumsi sesuatu berdasarkan berbagai kriteria atau pertimbangan dan bisnis kafe atau *coffee shop* harus mampu memenuhi permintaan tersebut untuk dapat memuaskan wisatawan jika ingin bersaing dan menjadi pilihan utama di industri kuliner.

Menurut Sumarwan dalam Putra (2019:1039) menjelaskan bahwa gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang

(*activity, interest, and opinion*) dan lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana mereka hidup dan menggunakan uangnya. Tidak cukup sampai disitu, memanfaatkan waktu yang dimilikinya atau menghabiskan waktu di luar rumah untuk berkumpul bersama teman-teman juga telah menjadi sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipungkiri. Gaya hidup masyarakat Palembang yang menyukai berkumpul dan menghabiskan waktu di luar rumah serta tingkat konsumsi yang tinggi membuat tempat-tempat yang memberikan fasilitas ruang untuk kesenangan tersebut menjadi ramai didatangi pengunjung. Hal yang sama juga disebutkan oleh Wells dan Tigert dalam Aresa (2012:4) bahwa pendekatan mengenai gaya hidup dapat diukur melalui *AIO's statement*, yaitu *Activity, Interest, and Opinion*. Namun, apabila dipelajari lebih lanjut, gaya hidup juga dapat diukur atau dipengaruhi oleh faktor dorongan dimana hal ini dapat terjadi karena adanya pengaruh dari lingkungan (pertemanan) dan lain sebagainya.

Kegiatan yang sedang marak dilakukan oleh kaum milenial sekarang ini adalah berkumpul di suatu tempat untuk merasakan sesuatu yang sedang tren seperti mencicipi menu-menu minuman maupun makanan di restoran, kafe dan lain-lain sambil menikmati pertunjukan *live music* serta menikmati suasana sekitar restoran atau kafe yang nyaman dan berbeda untuk menciptakan perasaan (*mood*) yang *fresh*. Hal ini bahkan sering dijadikan mereka sebagai alasan untuk mendapatkan banyak inspirasi dari luar. Jika dilihat lebih jauh, kegiatan ini dapat dikatakan sebagai perubahan terhadap pola hidup masyarakat atau pengunjung mengenai bagaimana cara mereka mengekspresikan pikiran dan mencari kepuasan atau kesenangannya terhadap sesuatu.

Perubahan merupakan suatu yang konstan dan tidak dapat dihindari. Setiap negara bahkan suatu kota tidak akan terlepas dari perubahan seiring dengan perkembangan zaman. Perubahan serta perkembangan terjadi di segala aspek dan bidang, termasuk perubahan sikap dan perilaku dari individu. Setiap individu memiliki kriteria dan kondisi yang berbeda satu sama lain sehingga menyebabkan kompleksnya perilaku individu.

Dalam konsep kepariwisataan, perubahan terhadap budaya maupun kebiasaan masyarakat biasanya tak lepas dari pengaruh arus globalisasi, dimana

semua bangsa dituntut untuk dapat ikut berperan serta di dalamnya apabila tidak ingin tenggelam. Pada era globalisasi seperti sekarang, banyak budaya yang berhasil masuk ke Indonesia, seperti budaya barat (*western culture*) yang sangat mempengaruhi kebudayaan Indonesia. Negara-negara Barat dipandang sebagai kiblat perkembangan zaman. Salah satu budaya yang sangat lekat adalah kebiasaan meminum kopi.



Gambar 1.1 Diagram Pertumbuhan Konsumsi Kopi di Indonesia

Sumber: *International Coffee Organization (ICO)*, 2018

Fenomena yang sangat menarik terjadi terkait dengan budaya masyarakat yang berubah, dimana dahulu masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu untuk bersantai di rumah atau sekedar berbelanja, maka saat ini adalah era nongkrong di kafe. Pergeseran fenomena inilah yang dimanfaatkan oleh para produsen dan pemasar untuk memasarkan bisnisnya, ditambah kafe tidak hanya menyuguhkan kopi saja, namun juga menyediakan berbagai menu makanan dan minuman sebagai pelengkap dalam memuaskan pengunjung yang datang. Bisnis kafe yang terus berkembang modern membuat semua kalangan tertarik untuk mengunjungi kafe-kafe baru, terutama pada kafe dengan *design* yang modern dan mempunyai fasilitas yang lengkap dan nyaman. Banyaknya kafe di Palembang yang menawarkan suasana unik, *live music*, hingga ke fasilitas *WIFI* (teknologi komunikasi tanpa kabel yang menyediakan koneksi internet) menjadikannya sebagai *added value* pada pergeseran pola kebiasaan hidup yang bergerak semakin cepat. Dengan kata lain, seiring dengan zaman yang terus berkembang, gaya hidup anak muda akan terus berubah. Berikut tabel beberapa kafe (*coffee shop*) yang sedang tren di kalangan masyarakat, khususnya kaum milenial.

Tabel 1.2
Daftar Kafe yang Tren di Kalangan Milenial

No.	Nama Kafe	Keterangan
1.	Lokatara <i>Coffee</i>	<i>Coffee shop</i> ini sering dijadikan sebagai tempat nongkrong yang sering dikunjungi oleh kaum milenial. Kafe yang satu ini sangat cocok untuk dijadikan tempat bekerja dan nugas karena tempatnya yang luas dan nyaman. Kafe ini juga menyediakan banyak soket listrik dan wifi yang kencang untuk memudahkan kegiatan. Lokasinya yaitu di Jalan MP Mangkunegara, Palembang.
2.	York <i>Coffee & Cookery</i>	Kafe yang berlokasi di Jalan Basuki Rahmat Nomor 02, Palembang ini, menawarkan konsep <i>coffee shop</i> dan <i>working space</i> . Tempatnya memiliki desain klasik dan nyaman. Sebagai <i>working space cafe</i> , ada banyak stop kontak di setiap meja.
3.	Kopi Dari Hati Palembang	<i>Coffee shop</i> yang sudah memiliki banyak <i>outlet</i> di Indonesia ini juga memiliki <i>outlet</i> di Palembang, tepatnya di Jl. Kartini no. 12, Kambang Iwak, Palembang. Kafe dengan suasana santai ini menyediakan <i>workspace</i> yang luas, <i>WIFI</i> yang cepat serta didukung

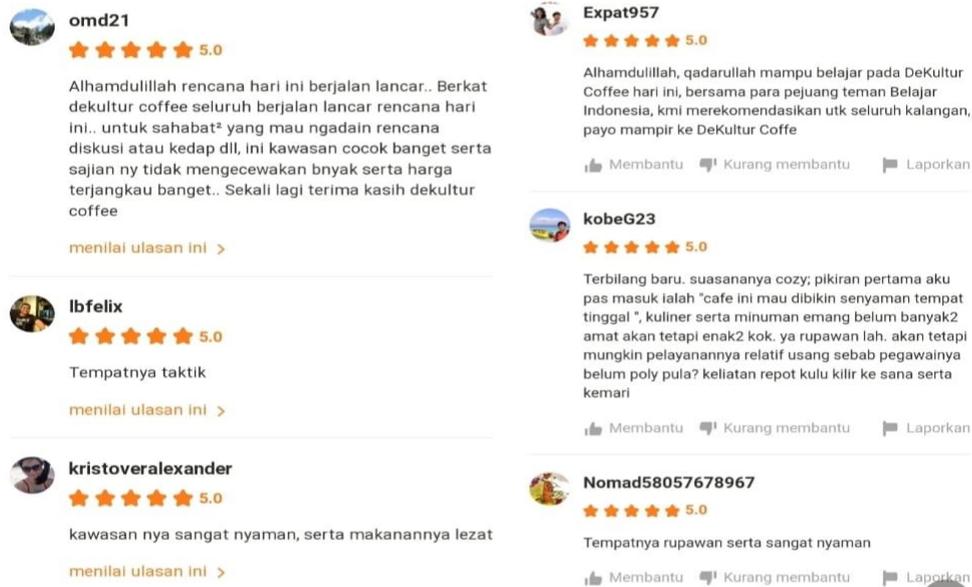
		banyaknya soket listrik untuk kerja dan nugas.
4.	<i>Memory Coffee</i>	Kafe ini berlokasi di Jl. Proklamasi No. 45, Lorok Pakjo, Palembang. Berkonsep <i>industrial indoor</i> dan memiliki udara yang sejuk dengan dihiasi tanaman dan pohon, membuat pengunjung merasa nyaman untuk duduk berlama-lama di kafe ini.
5.	<i>Sanjo Space</i>	Sanjo Space merupakan kedai kopi dengan bangunan yang sangat <i>aesthetic</i> . Kesan pertama yang akan didapatkan saat berkunjung ke Sanjo adalah sudut kafe yang <i>instagramable</i> . Selain itu, kafe ini juga sering dijadikan <i>working space</i> karena fasilitasnya yang cukup memuaskan, mulai dari <i>WiFi</i> anti lelet hingga stop kontak yang banyak di tiap sudutnya.
6.	<i>Dekultur Coffee</i>	Kafe ini didirikan oleh <i>owner</i> (pemiliknya) dan resmi dibuka pada tahun 2019. Kafe ini sudah memiliki setidaknya dua cabang yang terletak di daerah Pakjo dan Jakabaring sebagai cabang utama, yaitu terletak di Jalan Gub. H. Bastari, 8 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu 1, Kota Palembang. Kafe ini merupakan salah satu kafe yang menawarkan berbagai jenis makanan dan

		<p>minuman, seperti kopi dan berbagai cemilan lainnya. Semua menu yang ada disajikan dengan kualitas dan rasa terbaik. Selain itu, Dekultur <i>Coffee</i> juga menyediakan tempat nyaman (dingin) dengan dekorasi yang fotogenik/<i>instagramable</i>. Kafe ini cocok untuk menjadi tempat nongkrong, berkumpul, ngobrol, bersantai, diskusi, bahkan kerja kelompok atau tugas karna tersedia fasilitas internet dan <i>wifi</i> bagi pengunjung, sangat pas untuk menjadi tempat pilihan untuk nongkrong hingga larut malam.</p>
--	--	---

Sumber: Itrip.id, 2022

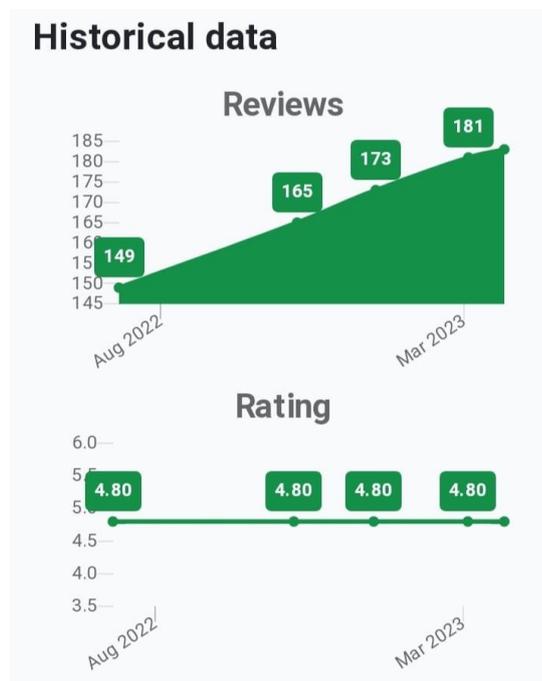
Berdasarkan tabel 1.2, peneliti hanya akan mengambil 1 (satu) kafe yang akan dijadikan objek penelitian, yaitu Dekultur *Coffee* dengan menggunakan 3 (tiga) aspek atau dimensi gaya hidup (*lifestyle*) sebagai acuan untuk melihat sejauh mana kontribusi ketiga variabel tersebut terhadap minat berkunjung (*visit intention*) dan akan diuji dalam kuisisioner.

Untuk mendukung alasan peneliti memilih Dekultur *Coffee* sebagai objek penelitian, peneliti menyertakan data mengenai *review* pengunjung beserta *historical data* dari Dekultur *Coffee* melalui gambar berikut:



Gambar 1.2 Review Pengunjung Dekultur Coffee

Sumber: YummyAdvisor, 2021



Gambar 1.3 Historical Data Dekultur Coffee

Sumber: Dekultur Coffee, 2023

Peneliti mempertimbangan untuk menjadikan Dekultur Coffee sebagai tempat penelitian dikarenakan beberapa kriteria dimana diantaranya dapat dilihat

pada gambar 1.2 dan 1.3, bahwa kafe ini jarang mendapat keluhan dari para pelanggan karena memang tempatnya yang sangat *cozy* dengan beberapa buku yang dapat dipinjam oleh pengunjung meskipun masih ada juga keluhan seperti pilihan menu yang kurang banyak, namun walaupun demikian, *review* dan *rating* pelanggan terhadap Dekultur *Coffee* terus mengalami peningkatan dikarenakan kelas yang ditawarkan Dekultur *Coffee* masih berada pada kategori standar atau menengah sehingga banyak dikunjungi oleh berbagai kalangan, baik milenial seperti mahasiswa, maupun orang tua. Alasan lain peneliti memilih kafe ini adalah karena jika dilihat dari beberapa pesaing lain, kafe ini dapat dikatakan hampir memenuhi kriteria *coffee shop* yang sempurna mulai dari lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau karena terletak dekat dengan akses transportasi LRT dan dekat dengan salah satu *icon* terkenal di kota Palembang juga, yaitu Bundaran Jakabaring, suasananya (*store atmosphere*), memiliki *smoking area* yang terpisah hingga kreatifitasnya dengan ciri khas #ruangproduktif yang berarti dapat menjadi ruang kecil bagi produktifitas masyarakat di kota besar ini. Selain itu, terdapat hal atau cerita menarik, yaitu *coffee shop* ini menjadi jembatan bagi para pemasok *coffee* dari desa atau dusun-dusun untuk menjual produknya atau singkatnya kafe ini menjadi sarana *support brand* lokal untuk terus berkembang. Dekultur *Coffee* memiliki keistimewaan tersendiri yang membuatnya dapat dikatakan menjadi bahan pertimbangan atau yang mewadahi dan mewujudkan kebutuhan-kebutuhan masyarakat dengan gaya hidup di era modern sekarang. Berikut merupakan data kunjungan Dekultur *Coffee* selama 3 (tiga) tahun terakhir.

Tabel 1.3

Data Jumlah Pengunjung 3 Tahun Terakhir

Kafe/Coffee Shop	Jumlah Pengunjung		
	Tahun		
	2020	2021	2022
Dekultur <i>Coffee</i>	7.094	18.321	21.678

Sumber: Dekultur *Coffee*, 2023

Berdasarkan tabel 1.3 di atas, maka dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan yang cukup pesat dari tahun 2021-2022 dimana pada tahun ini, mulai berkembangnya usaha-usaha kafe di Palembang dan gaya hidup masyarakat yang

pelan-pelan berubah hingga menimbulkan keuntungan bagi usaha kafe atau *coffee shop*, terkhusus pada Dekultur *Coffee*.

Sebelum memutuskan kunjungan atau pembelian, biasanya konsumen akan melalui beberapa tahap. Tahap pertama ialah tahap pengenalan masalah, dimana konsumen mencari tahu dan mengenali apa yang mereka butuhkan. Selanjutnya, konsumen yang telah mengetahui apa yang dibutuhkan akan terdorong untuk mencari informasi untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Konsumen akan mengevaluasi serta mencari manfaat tertentu dari solusi produk bagi kebutuhan mereka hingga pada akhirnya konsumen membentuk preferensi atas produk tersebut dan berujung pada minat atau keputusan berkunjung atau pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat topik ini sebagai bahan penelitian dan peneliti tertarik untuk mengetahui apakah gaya hidup dapat mempengaruhi minat berkunjung seseorang pada suatu tempat. Untuk itu, peneliti akan melakukan penelitian skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*) Terhadap Minat Berkunjung Ke Dekultur *Coffee* Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini ialah “Bagaimana gaya hidup (*lifestyle*) berpengaruh terhadap minat berkunjung (*visit intention*)?”

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas, maka penulis perlu membatasinya. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah membahas 3 (tiga) dimensi mengenai gaya hidup (*lifestyle*), yaitu aktivitas (*activity*), minat (*interest*), dan pendapat (*opinion*) serta objek penelitian hanya pada kedai Dekultur *Coffee* dan subjek penelitian hanya pada pengunjung Dekultur *Coffee*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berkaitan erat dengan rumusan masalah yang dituliskan dan berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) terhadap minat berkunjung (*visit intention*) dilihat dari 3 (tiga) dimensinya, yaitu aktivitas (*activity*) mengenai bagaimana konsumen menghabiskan waktu dalam kehidupan sehari-hari, dapat meliputi pekerjaan, hobi, kegiatan sosial, liburan, hiburan, belanja, dan lain sebagainya, kemudian minat (*interest*) berkaitan dengan ketertarikan setiap individu terhadap suatu hal, dapat meliputi pekerjaan, rekreasi, mode, makanan, media, dan lain sebagainya, serta yang terakhir adalah pendapat (*opinion*) atau cara pandang individu terhadap sesuatu, baik berupa produk, tempat dan lain sebagainya.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini, ialah:

1. Secara Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini ialah dapat menyajikan informasi mengenai pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) terhadap minat berkunjung (*visit intention*) konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk melengkapi dan menambah pengetahuan serta wawasan mengenai gaya hidup atau perubahan sikap terhadap manusia seiring perkembangan zaman bagi penulis dan juga pembaca. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi bagi para akademisi yang berminat untuk membahas masalah lebih lanjut, khususnya mengenai gaya hidup (*lifestyle*) berpengaruh terhadap minat berkunjung (*visit intention*).

2. Secara Praktis

Penelitian ini dilakukan untuk menyelesaikan studi syarat kelulusan pada jurusan Administrasi Bisnis program studi Usaha Perjalanan Wisata dengan memperoleh gelar Sarjana Terapan. Selain itu, manfaat praktis

dari penelitian ini adalah bagi para praktisi, penelitian ini dapat memberikan informasi-informasi yang dapat digunakan sebagai perimbangan melihat fenomena perubahan gaya hidup (*lifestyle*) yang terjadi pada masyarakat dan diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada para pembaca dalam memahami perkembangan era modern ini.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan garis besar mengenai proposal penelitian ini, sehingga dapat menggambarkan hubungan antar bab dimana masing-masing bab terdiri dari beberapa sub secara keseluruhan. Sistematika penulisan tersebut ialah:

I. PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang Masalah
- 1.2 Rumusan Masalah
- 1.3 Batasan Masalah
- 1.4 Tujuan Penelitian
- 1.5 Manfaat Penelitian
- 1.6 Sistematika Penulisan

II. LANDASAN TEORI

- 2.1 Teori Yang Berkaitan dengan Variabel Penelitian
- 2.2 Kerangka Berpikir
- 2.3 Hipotesa Penelitian
- 2.4 Penelitian Terdahulu

III. METODE PENELITIAN

- 3.1 Pendekatan Penelitian
- 3.2 Lokasi Penelitian
- 3.3 Variabel Penelitian
- 3.4 Populasi dan Sampel
- 3.5 Jenis dan Sumber Data
- 3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.7 Teknik Analisis Data

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.2 Deskripsi Data

4.3 Hasil Penelitian

4.4 Pembahasan

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran