

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pariwisata artinya suatu perpindahan atau bepergian seorang atau kelompok yang dilakukan pada jangka waktu yang relatif singkat menuju tempat atau lokasi pada luar berasal rumah mereka untuk melakukan kegiatan tamasya atau rekreasi.

Menurut Prayogo (2018) Pariwisata secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perjalanan seorang atau sekelompok orang asal satu kawasan ke kawasan lain membentuk rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi serta menerima hiburan sebagai akibatnya keinginannya terpenuhi. Sedangkan berdasarkan UU No. 10 Tahun 2009 mengenai Pariwisata dalam pasal 1 ayat 3, pariwisata artinya segala jenis kegiatan wisata dan didukung menggunakan segala fasilitas dan layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah, juga Pemerintah Daerah. ( Undang-Undang (UU) Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, 2009)

Sektor pariwisata ialah sektor usaha yang berbasis jasa yang potensial serta strategis pada pengembangan perekonomian nasional serta wilayah. Sektor bisnis ini umumnya mencakup entitas perjuangan seperti restoran, penginapan, pelayanan wisata, transportasi, dan pengembangan daerah tujuan wisata. (sucofindo.co.id, 2021)

Berikut ini klasifikasi mengenai usaha yang terkait dengan kepariwisataan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.1 Klasifikasi Usaha Dalam Industri Pariwisata**

Klasifikasi	Usaha
Akomodasi	<i>Hotel, Motel, Tourist Courts, Tourist Home</i>
	<i>Camping Ground dan travel Trailer park</i>
	Penjualan Pakaian
	Usaha Areal Rekreasi
Usaha Perjalanan	Agen Perjalanan, biro tur dan pemandu wisata
Pelayanan Makanan	Restoran, Bar, Klub Malam dan Café, Coffee Shop, Pub
Kebudayaan dan Entertainment	Museum
	Taman <i>Botanical</i> dan <i>Zoological</i>
	Teater dan <i>Entertainment</i>
	Taman Hiburan
Usaha Kendaraan	<i>Service</i> Kendaraan, Penitipan Kendaraan
Lain - lain	Toko Kamera dan Fotografi
	Toko Hadiah dan Souvenir
	Laundri dan Optik
Transportasi	Transportasi Udara
	Antar Kota dan Transit Pedesaan
	Bus dan Kendaraan Carter
	Penyewaan Mobil
	Transportasi Air

**Sumber :** Data diolah penulis, 2023

Penghasilan yang berasal pariwisata merupakan salah satu indikator pada pengembangan sektor pariwisata. Bagaimana keuntungan yang

dihasilkan pada hari biasa, keuntungan pada hari libur (*seasonal*), bagaimana gaji karyawan harus ikut diperhitungkan.

Di dunia internasional sendiri pariwisata adalah industri yang berkembang pesat dan saat ini sudah menjadi salah satu sumber pendapatan utama bagi banyak negara di seluruh dunia. Salah satu aspek kunci dari industri pariwisata adalah bisnis "*Food and Beverage*" (Makanan dan Minuman), yang telah beradaptasi dengan perubahan tren konsumsi seiring berjalannya waktu.

*Food and Beverage* merupakan salah satu industri dalam pariwisata yang berfokus mengolah dan menghidangkan makanan maupun minuman. Bentuk industri ini menjadi departemen atau divisi sendiri dalam bisnis pariwisata, terutama hotel berbintang. Tugas utamanya adalah memenuhi berbagai kebutuhan para tamu akan makanan maupun minuman. (Niko Ramadhani, 2022). Sedangkan menurut (Ilham Fikriansyah, 2023) *Food and Beverage* adalah jenis usaha yang fokus di bidang makanan dan minuman, atau dalam bahasa Indonesia disebut juga usaha atau bisnis kuliner. Sedikit informasi, *Food and Beverage* merupakan singkatan dari "*Food and Beverage*" yang artinya makanan dan minuman.

Sejarah bisnis *Food and Beverage* tentunya tidak terlepas dari kegiatan perjalanan yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka akan akomodasi dan makanan selama ribuan tahun. Oleh karena itu sejarah bisnis *Food and Beverage* juga sudah sangat tua.

*Cafe* atau kafe juga biasa dikenal sebagai restoran. *Café* sendiri adalah istilah yang berasal dari Bahasa Perancis yang berarti kopi. Fokus utama pada *café* adalah menjual makanan daripada minuman, namun saat ini tidak sedikit *café* yang juga menawarkan kopi dan minuman lain pada pilihan menunya. *Cafe* merupakan salah satu dari jenis bisnis *Food and Beverage* yang sangat populer di Indonesia. *Café* menyediakan minuman seperti kopi, teh dan

minuman ringan, serta makanan ringan, makanan berat atau makanan penutup. *Coffee* juga sering menawarkan suasana yang nyaman untuk pelanggan yang ingin bersantai atau bekerja, sehingga pengalaman konsumen menjadi penting dalam kesuksesan bisnis ini. (Kumala Devanty, 2022)

Seiring dengan terus berkembangnya zaman dan teknologi, banyak bidang terdampak oleh perkembangan yang semakin pesat. tidak terkecuali bisnis *Food and Beverage* yang terkena dampak dari era digital, saat ini dimana teknologi telah semakin maju serta berbagai hal telah serba digital.

Bisnis kafe terus mengalami perkembangan signifikan. Kafe menjadi lokasi favorit untuk orang melakukan meeting sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat. Bukti nyatanya, degan sangat mudahnya dijumpai kafe - kafe di sudut-sudut kota besar di Indonesia. Fenomena itu lalu melahirkan istilah baru di kalangan remaja hingga kalangan orang dewasa yaitu “Ngafe”. kata ”Ngafe” merujuk pada ajakan untuk melakukan kegiatan lebih dari sekadar minum kopi dan teh di kafe. (Andiana Moedasir, 2022)

Era digital sendiri adalah suatu era atau zaman yg telah mengalami kondisi perkembangan kemajuan pada ranah kehidupan ke arah yg serba digital. Perkembangan era digital pun terus berjalan cepat serta tidak mampu dilarang sang manusia sebab sebenarnya kita sendirilah yg menuntut dan meminta banyak sekali hal menjadi lebih efisien serta lebih simpel. Tentunya hal ini pula akan diiringi menggunakan akibat negatif juga positif dari era digital. (Santoso, 2022)

Generasi digital adalah generasi dimana teknologi akan dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Adanya pengaruh dari industri digital pada akhirnya juga memberikan dampak pada berbagai bidang industry. (M. Harris, 2022)

Tren adalah pola umum yang berubah dan berkembang, bergerak naik, turun, dan dinamis. Mereka bisa muncul dalam budaya pop, hiburan, pasar,

dan politik. Sebuah tren bisa jadi serius atau menyenangkan dan bisa bertahan dalam jangka waktu yang tidak ditentukan.(ca.indeed.com, 2022)

Tren di bisnis *Food and Beverage* sendiri, khususnya pada café mulai marak pada tahun 2018 dimana pada saat itu Kopi Tuku memperkenalkan kopi susunya yang kemudian menjadi tren pada saat itu dan diikuti dengan bermunculannya kedai-kedai kopi baik kecil maupun besar. Sejak saat itu tren minuman pada bisnis *Coffee Shop* terus berubah-ubah, hal ini juga dipengaruhi oleh *influencer* maupun konten yang beredar dari *platform* media sosial.

Dalam era digital yang semakin berkembang, pola konsumsi masyarakat, terutama kalangan remaja (*teen*), mengalami perubahan yang signifikan. Salah satu sektor yang terkena dampak perubahan ini adalah bisnis makanan dan minuman (*Food and Beverage*). Para remaja memiliki peran penting dalam pasar *Food and Beverage*, karena mereka sering menjadi konsumen aktif yang mewakili tren dan preferensi yang sedang berlangsung. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah konsumsi minuman, yang mencakup berbagai jenis minuman, mulai dari kopi, teh, minuman ringan, hingga minuman sehat.(cfns, 2020)

Bisnis *Food and Beverage*, yang mencakup restoran, kafe, *coffee shop*, bar, dan penyedia layanan makanan lainnya, sangat terpengaruh oleh perubahan ini. Perusahaan di sektor ini harus terus memantau dan merespons perubahan tren konsumsi agar tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Perubahan pola konsumsi minuman remaja dalam era digital dapat berkaitan dengan faktor-faktor seperti perkembangan teknologi, tren media sosial, preferensi rasa, dan kepedulian terhadap kesehatan. Hal ini dapat berdampak signifikan pada bisnis *Food and Beverage* yang harus terus

beradaptasi dengan tren konsumen untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Tren ini memiliki potensi untuk mengubah lanskap bisnis *Food and Beverage* di era digital. Bisnis *Food and Beverage* harus terus beradaptasi dengan preferensi konsumen yang berubah untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar yang semakin pesat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak perubahan dalam konsumsi minuman oleh remaja terhadap bisnis *Food and Beverage* di era digital. Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang tren ini, bisnis *Food and Beverage* dapat mengambil tindakan strategis yang sesuai untuk mempertahankan atau meningkatkan daya saing mereka di industri yang terus berubah.

Teknologi pada era digital sudah sangat modern, dimana teknologi sudah semakin maju membuat kebutuhan manusia dapat dipenuhi dengan lebih mudah dengan kehadiran teknologi dan penemuan-penemuan terbaru. Pada bisnis *Food and Beverage* sendiri sangat tertolong dengan terjadinya perkembangan zaman, dimana saat ini untuk memenuhi kebutuhan makanan maupun minuman dapat dilakukan dengan sangat mudah, orang dapat berbelanja secara online tanpa harus pergi ke toko untuk membeli barang yang mereka mau. Kemudahan yang ditawarkan pada era digital ini tentunya memberikan dampak positif dimana usaha yang bergerak dalam bidang *Food and Beverage* dapat menjangkau konsumen lebih jauh lagi.

*Mostly Coffee and Kitchen* sendiri merupakan salah satu bisnis *Coffee Shop* yang berada di Depok, Jawa Barat. *Mostly* sendiri berdiri pada era digital dimana semua sudah seba digital. Penggunaan teknologi khususnya di kalangan remaja yang kian merata dan semakin pesat memberikan dampak pada *Mostly* terlebih lagi terkait tren yang sedang terjadi di kalangan remaja pada saat ini.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak perubahan konsumsi minuman remaja terhadap bisnis *Food and Beverage* di

era digital. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang perubahan preferensi konsumen, bisnis *Food and Beverage* dapat mengambil langkah-langkah strategis yang sesuai untuk mempertahankan atau meningkatkan daya saing mereka dalam industri yang terus berubah ini. Maka dari itu judul dari penelitian ini adalah “Dampak Perubahan Tren Konsumsi Minuman Pada Bisnis *Food and Beverage* di Era Digital di *Café Mostly Coffee and Kitchen*”

## B. Rumusan Masalah

Permasalahan utama yang akan diungkap dalam penelitian ini adalah bagaimana perubahan dalam pola konsumsi minuman oleh remaja, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti perkembangan teknologi, tren media social dan perubahan preferensi rasa, memengaruhi bisnis *Food and Beverage* di era digital. Adapun subpermasalahan yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah :

1. Apa dampak dari perubahan tersebut pada kinerja bisnis *Food and Beverage*?
2. Mengapa bisnis *Food and Beverage* harus beradaptasi dengan perubahan dalam konsumsi minuman remaja di era digital?
3. Bagaimana perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial memengaruhi trend konsumsi minuman remaja?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dampak dari perubahan tersebut pada kinerja bisnis *Food and Beverage*.

2. Untuk mengidentifikasi strategi yang digunakan oleh bisnis *Food and Beverage* dalam menghadapi perubahan dalam konsumsi minuman remaja di era digital.
3. Untuk memahami bagaimana perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial memengaruhi perilaku konsumsi minuman remaja.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Dengan terlaksananya tujuan tersebut, maka penelitian ini diharapkan dapat memiliki beberapa manfaat yang penting sebagai berikut.

##### **a) Teoritis**

Teori ini menekankan tren perubahan konsumen adalah hasil dari investigasi. Dalam konteks ini, penelitian dapat mengetahui sejauh mana era digital memberikan dampak pada tren konsumsi khususnya di bisnis *Food and Beverage*.

##### **b) Akademis**

Diharapkan penelitian ini yang berjudul “Dampak Perubahan Tren Konsumsi Minuman Pada Bisnis *Food and Beverage* di Era Digital di *Café Mostly Coffee and Kitchen*” akan menjadi bahan referensi bagi para Mahasiswa Jurusan Pariwisata Universitas Nasional di bidang akomodasi.

##### **c) Praktis**

Penelitian ini akan memberikan wawasan yang mendalam tentang sejauh mana era digital memberikan dampak terhadap tren konsumsi di bisnis *Food and Beverage* dan membantu mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk beradaptasi di era digital.