

**SKRIPSI**  
**PREFERENSI WISATA TEMATIK KOPI PADA GENERASI Z**  
**DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**OLEH**  
**BULQIS PURNAMA DEWI**  
**NIM 519101225**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**  
**2023**

**HALAMAN JUDUL**

**PREFERENSI WISATA TEMATIK KOPI PADA GENERASI Z  
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Pariwisata Di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

**OLEH**

**BULQIS PURNAMA DEWI**

**NIM 519101225**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**PREFERENSI WISATA TEMATIK KOPI PADA GENERASI Z**  
**DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**




**OLEH**  
**BULQIS PURNAMA DEWI**  
**NIM 519101225**

**Telah disetujui oleh:**

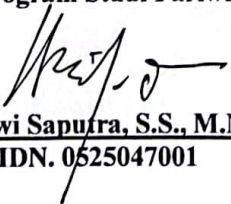
**Pembimbing I**

  
**Hary Hermawan, S.Par., M.M.**  
**NIDN. 0530099002**

**Pembimbing II**

  
**Fuadi Afif, S.IP., M.Sc.**  
**NIDN. 0515088702**

**Mengetahui**  
**Ketua Program Studi Pariwisata**

  
**Arif Dwi Saputra, S.S., M.M.**  
**NIDN. 0525047001**

**BERITA ACARA UJIAN**  
**PREFERENSI WISATA TEMATIK KOPI PADA GENERASI Z**  
**DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Oleh :

**BULQIS PURNAMA DEWI**

**NIM 519101225**

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji

dan Dinyatakan LULUS

Pada tanggal : 04 Juli 2023

**TIM PENGUJI**

Penguji Utama	:	<u>Yudi Setiaji, S.H., M.M.</u>	: .....
		NIDN. 0508066401	
Penguji I	:	<u>Hary Hermawan, S.Par., M.M.</u>	: .....
		NIDN. 0530099002	
Penguji II	:	<u>Fuadi Afif, S.IP., M.Sc.</u>	: .....
		NIDN. 0515088702	

Mengetahui,  
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



Drs. Prihatno, MM.  
NIDN. 0526125901

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Bulqis Purnama Dewi

NIM : 519101225

Program Studi : S-1 Pariwisata

Judul Skripsi : Preferensi Wisata Tematik Kopi Pada Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Preferensi wisata tematik kopi pada generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta” ini benar-benar karya saya sendiri. Sumber informasi atau kutipan yang berasal dari karya yang diterbitkan telah disebutkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran ini sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 22 Juni 2023



Bulqis Purnama Dewi

## HALAMAN MOTTO

*“Man Jadda Wajada, Man Shabara Zhafira, Man Saara ala Darbi Washala”*

**(Trilogi Negeri 5 Menara)**

*“Yakinlah, ada sesuatu yang menantimu setelah banyak kesabaran (yang kau jalani), yang akan membuatmu terpana hingga kau lupa betapa pedihnya rasa sakit.”*

**(Ali bin Abi Thalib)**

*“We’ve all got both light and dark inside us. What matters is the part we choose to act on. That’s who we really are.”*

**(Sirius Black)**

*“But you know, happiness can be found even in the darkest of times, if one only remembers to turn on the light”*

**(Albus Percival Wulfric Brian Dumbledore)**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk orang-orang yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada peneliti selama penyusunan tugas akhir ini. Laporan skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

1. Kepada orang tua peneliti yaitu Bapak Totok Murjito (yang telah tenang di Surga-Nya) dan Ibu Eny Mindiani R.S. yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, serta doa yang tidak pernah berhenti sejak awal kehidupan di dunia ini hingga peneliti saat ini telah menyelesaikan skripsi dan perkuliahan.
2. Kepada ketiga kakak peneliti yaitu M. Iqbal Haririe beserta keluarga, Citra Pitaloka beserta keluarga, dan Andika Rahma Purboningrum beserta keluarga yang dengan senantiasa memberikan semangat, dukungan, doa, dan senantiasa menjadi teman melepas penat hingga saat ini.
3. Kepada para Bapak dosen pembimbing dan penguji, serta Bapak dan Ibu dosen pengajar, terima kasih telah sabar dan tulus memberikan arahan, bimbingan dan pembekalan selama peneliti melakukan penyusunan skripsi, sehingga skripsi ini bisa selesai dengan tepat waktu.
4. Kepada Desa Wisata Jatimulyo, Space Roastery, Lestari, dan Tadasih, yang telah banyak membantu dan memperlancar dalam penelitian yang dilaksanakan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada Mamang Racing (Ervina, Nova, Anisa) yang senantiasa menjadi *support system* meskipun menjalani *long distance friendship* dan selalu menghibur, terima kasih.
6. Kepada teman-teman kelas Pariwisata E angkatan 2019 khususnya Nobu, Isul, Viya, Dhya, Erin, Monica, Yogo, Bayu, Lutfia, Dina, Anggi, yang telah banyak membantu dan senantiasa menjadi teman baik dari awal proses perkuliahan hingga selesainya skripsi ini, terima kasih.

7. Kepada Tim Coba-Coba Apa Aja (Azus dan Rendra) terima kasih karena telah membersamai peneliti untuk terus berproses hingga selesainya skripsi ini.
8. Kepada teman-teman AMPTA dari berbagai angkatan dan jurusan khususnya Anggita, Naya, Bima, dan seluruh keluarga Septimbre Frieden Choir, terima kasih untuk semua bantuan dan semangat yang diberikan dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi.
9. Kepada teman-teman dan senior magang TWCB (Taman Wisata Candi Borobudur) Diajeng, Dinda Sekar, Ratih, Rendra, dan Mas Huda, terima kasih telah menjadi pendukung disegala keadaan hingga skripsi ini bisa selesai.



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan hidayah-Nya, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penelitian skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pariwisata pada Program Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta dengan judul “Preferensi Wisata Tematik Kopi Pada Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini, kepada:

1. Bapak Hary Hermawan S.Par., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dan saran dalam penelitian skripsi ini.
2. Bapak Fuadi Afif, S.IP., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, dan arahan dalam penelitian skripsi ini.
3. Bapak Yudi Setiaji, S.H., M.M., selaku Penguji Utama yang telah memberikan evaluasi dan saran dalam penyempurnaan skripsi.
4. Drs. Prihatno, M.M., selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

5. Bapak Arif Dwi Saputra selaku Ketua Jurusan Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
6. Kepada pemilik kedai-kedai kopi Lestari, Tadasih, dan Space Roastery & juga kepada seluruh pengurus Desa Wisata Jatimulyo yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
7. Para responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.

Semoga bantuan Bapak/Ibu dan para responden dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Esa.

Akhir kata peneliti berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Peneliti berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya, yang dapat disampaikan melalui email: [bulqispdewi@gmail.com](mailto:bulqispdewi@gmail.com).

Yogyakarta, 22 Juni 2023

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ASBTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Teorisasi .....	10
1. Preferensi .....	10
2. Wisata.....	11

3. Coffee Enthusiast .....	12
4. Servicescape .....	14
B. Penelitian Terdahulu .....	15
C. Kerangka Pemikiran .....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
A. Jenis Penelitian.....	18
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	18
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	19
D. Populasi dan Sampel .....	19
E. Variabel Penelitian.....	21
F. Metode Pengumpulan Data.....	23
G. Metode Analisis Data .....	27
H. Uji Keabsahan Data.....	28
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
A. Gambaran Umum.....	30
B. Karakteristik Data Penelitian.....	37
C. Hasil Uji Instrumen .....	41
D. Hasil Analisis Data.....	43
E. Pembahasan .....	53
F. Model Implementasi Wisata Tematik Kopi .....	85
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>87</b>
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran.....	88

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 .....	22
Tabel 3.2 .....	24
Tabel 4.1 .....	37
Tabel 4.2 .....	38
Tabel 4.3 .....	39
Tabel 4.4 .....	40
Tabel 4.5 .....	40
Tabel 4.6 .....	41
Tabel 4.7 .....	42
Tabel 4.8 .....	43
Tabel 4.9 .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 .....	17
Gambar 4.1 .....	31
Gambar 4.2 .....	33
Gambar 4.3 .....	34
Gambar 4.4 .....	36
Gambar 4.5 .....	43
Gambar 4.6 .....	44
Gambar 4.7 .....	45
Gambar 4.8 .....	45
Gambar 4.9 .....	46
Gambar 4.10 .....	47
Gambar 4.11 .....	47
Gambar 4.12 .....	48
Gambar 4.13 .....	49
Gambar 4.14 .....	50
Gambar 4.15 .....	50
Gambar 4.16 .....	51
Gambar 4.17 .....	52
Gambar 4.18 .....	52
Gambar 4.19 .....	55
Gambar 4.20 .....	57
Gambar 4.21 .....	58
Gambar 4.22 .....	60
Gambar 4.23 .....	63
Gambar 4.24 .....	65
Gambar 4.25 .....	67
Gambar 4.26 .....	69
Gambar 4.27 .....	72
Gambar 4.28 .....	73
Gambar 4.29 .....	74
Gambar 4.30 .....	77
Gambar 4.31 .....	78
Gambar 4.32 .....	80
Gambar 4.33 .....	82
Gambar 4.34 .....	83

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1: Surat Izin Penelitian
- Lampiran 2: Surat Izin dari Desa Wisata Jatimulyo
- Lampiran 3: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4: Tabulasi Data
- Lampiran 5: Hasil Wawancara
- Lampiran 6: Dokumentasi
- Lampiran 7: Lembar Bimbingan

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana preferensi atau pilihan yang lebih disukai oleh Generasi Z terhadap wisata kopi tematik di Daerah Istimewa Yogyakarta sehingga dapat dibuat suatu konsep atau model wisata kopi tematik yang dapat dijadikan sebagai trademark pariwisata di Indonesia. Metode penelitian ini adalah penelitian campuran (mixed method) deskriptif dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden dan populasi yang digunakan adalah masyarakat yang berdomisili di Yogyakarta yang merupakan Generasi Z. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala likert yang diberi skor pada setiap pernyataan dan wawancara. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif dengan persentase dan analisis Miles & Huberman (1992) yang terdiri dari tiga tahap, yaitu: (1) Reduksi data; (2) Penyajian data; (3) Penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada konsep wisata Something to See, responden memiliki preferensi untuk melihat pemandangan perkebunan kopi, melihat petani yang sedang merawat kebun kopi, melihat proses pasca panen, dan melihat barista yang sedang menyeduh kopi. Kemudian, pada konsep wisata Something to Do, menunjukkan bahwa responden memiliki preferensi untuk berbincang dengan petani kopi, belajar memetik biji kopi sendiri, belajar membuat secangkir kopi, dan berbincang dengan barista. Pada konsep wisata Something to Buy, responden memiliki preferensi untuk membeli kopi siap minum di kedai kopi, membeli kopi dan menyeduhnya di rumah, membeli kopi sebagai oleh-oleh, dan membeli merchandise di kedai kopi. Preferensi harga paket wisata tematik kopi yang dipilih adalah Rp50.000-Rp100.000, durasi yang dipilih adalah 1 jam - 3 jam.

**Kata Kunci: Generasi Z, Konsep Wisata, Kopi, Wisata Tematik**



## ABSTRAK

*The aim of this research is to find out how preferences or choices that are preferred by Generation Z towards thematic coffee tourism in the Special Region of Yogyakarta so that a concept or model of thematic coffee tourism can be created to become a tourism trademark in Indonesia. The method of this research is descriptive mixed method study by taking a sample of 100 respondents and the population used is people who live in Yogyakarta who are a Generation Z. The sampling was done by purposive sampling. Sampling was done by purposive sampling. The instrument used a questionnaire with a Likert scale that is scored on each statement and interviews. The analysis method is descriptive with percentage and Miles & Huberman (1992) analysis which consists of three stages, namely: (1) Data reduction; (2) Data presentation; (3) Conclusion drawing.*

*The results showed that on the tourism concept of Something to See, respondents have a preference to see the scenery of coffee plantations, see farmers taking care of coffee plantations, see the post-harvest process, and see baristas brewing coffee. Then, on the tourism concept of Something to Do, it shows that respondents have a preference to talk to the coffee farmer, learn to pick their own coffee beans, learn to make a cup of coffee, and talk to the barista. In the Something to Buy tourism concept, respondents have a preference to buy ready-to-drink coffee at coffee shops, buy coffee and brew it at home, buy coffee as souvenirs, and buy merchandise at coffee shops. The preference for the price of the selected coffee thematic tour package is Rp50,000-Rp100,000, the selected duration is 1 hour - 3 hours.*

***Keywords: Coffee, Generation Z, Tourism Concept, Thematic Tourism.***

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Awal mula komoditi kopi masuk ke Indonesia adalah pada masa kolonialisme Belanda pada tahun 1696. Daerah agrikultur yang dijadikan tempat budidaya kopi pertama oleh Belanda adalah di Kedawung. Mulanya Belanda membawa kopi jenis arabika dari Malabar, India, ke Pulau Jawa. Namun, budidaya tersebut gagal karena cuaca yang ekstrim dan adanya bencana alam. Berselang 3 tahun kemudian, Belanda membawa batang kopi hasil stek dari Malabar. Pada 1706 biji kopi hasil tanaman di Pulau Jawa berhasil dan meraih sukses hingga menjadi populer. Popularitas penjualan kopi ini yang akhirnya membuat Belanda menanam kopi di berbagai pulau di Indonesia. (nescafe.com, diakses 02 Februari 2023)

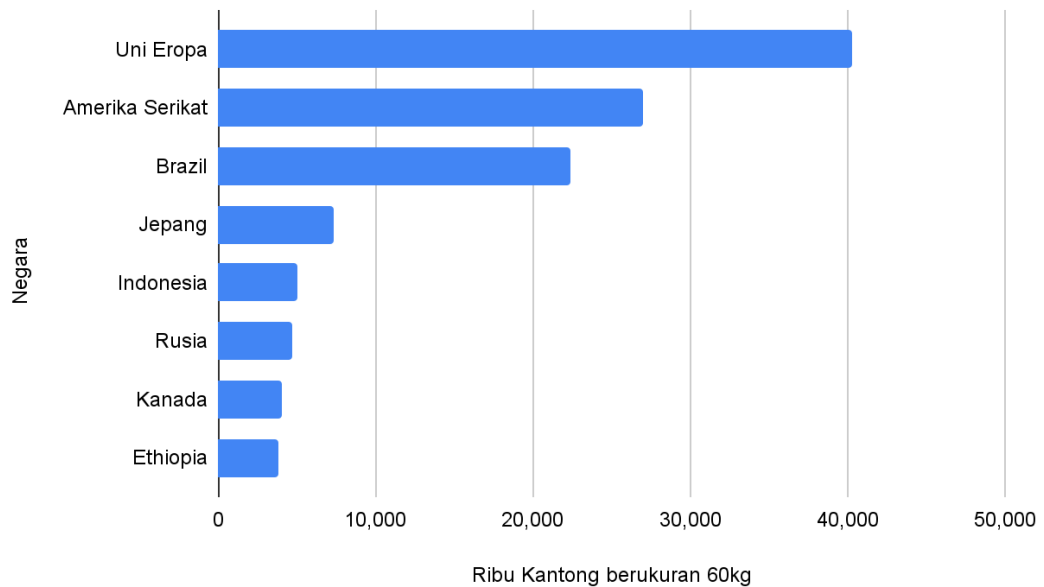
Setelah hampir 200 tahun dari kemunculan pertama kali budidaya kopi, kemudian muncul *Hemileia Vastatrix* (HV) yang menyerang dan merusak seluruh perkebunan Indonesia. Belanda kemudian mengganti kopi menjadi liberika, namun tetap terkena penyakit tersebut. Sebab permasalahan tersebut, pada tahun kemudian Belanda memperkenalkan jenis kopi robusta ke petani Jawa Timur. Kopi jenis ini mampu bertahan dari serangan penyakit karat daun, sehingga penyebaran budidaya kopi ini sampai ke Sumatra. Jenis kopi ini yang kemudian pernah menjadikan Indonesia sebagai negara pengekspor terbesar kopi di dunia.

Runtuhnya kolonialisme Belanda menjelang kemerdekaan pada 1945, akhirnya dilakukan nasionalisasi pada berbagai perkebunan kopi bekas penjajahan Belanda. Setelah itu, budidaya dan kebangkitan perkebunan kopi melonjak dengan dihapusnya sistem tanam paksa. Pada tahun 2000-an Indonesia tercatat menjadi salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia bersama Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Kini, kita mengenal jenis kopi yang beragam di Indonesia berkat budidaya yang baik.

Kopi Indonesia mengalami perkembangan dengan seiring berjalannya waktu, hal ini disesuaikan dengan tren yang sedang berlangsung dan permintaan yang sedang mendominasi di pasaran. Pada tahun 2000-an sedang tren mengenai kopi tanpa kafein. Ada juga beberapa penghasil kopi yang mencampur komposisi kopi dengan jagung. Setelah itu, muncul tren kopi dalam kemasan yang dianggap praktis dan murah. Tahun 2010 muncul lagi tren lain yaitu, *white coffee*. Pada tahun tersebut juga mulai bermunculan kedai kopi di berbagai sudut kota di Indonesia. (nescafe.com, diakses 02 Februari 2023)

Melalui sejarah masuknya kopi yang panjang, kini banyak jenis kopi seperti kopi gayo aceh, kopi kintamani bali, kopi toraja sulawesi, kopi bajawa flores, kopi lampung, dan masih banyak jenis kopi lain yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Pertumbuhan industri kopi di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dalam 10 tahun terakhir. Jumlah konsumsi kopi di Indonesia juga masuk dalam 8 negara dengan konsumsi kopi tertinggi di dunia, bisa dilihat pada grafik 1.1.

Grafik 1.1  
8 Negara dengan Jumlah Konsumsi Kopi Terbanyak  
Sumber: *International Coffee Organization (2021)*



Dilansir dari *International Coffee Organization (ICO)*, produksi kopi Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 3% dari tahun 2017 hingga tahun 2020. Pemerintah terus berupaya untuk bisa mendukung produsen kopi untuk bisa mengenalkan kopi Indonesia ke berbagai negara. Salah satu strategi untuk menembus pasar luar negeri adalah dengan mengikuti ajang *Speciality Coffee Expo 2021* di New Orleans, Amerika Serikat.

Kini pameran kopi juga beberapa kali diadakan di dalam negeri, pada tahun 2022 ada *Indonesia Premium Coffee Expo and Forum 2022*, *Indonesia Coffee Events*, *Jogja Coffee Event*, dan masih banyak lagi acara yang diadakan dalam rangka menunjukkan berbagai jenis kopi di Indonesia. Saat ini para penikmat kopi tidak hanya tertarik bagaimana cara mendapatkan kopi sebagai pelepas dahaga. Lebih dari itu, banyak dari penikmat kopi yang kini tertarik untuk

mengetahui asal muasal biji kopi tersebut, berbagai proses yang dilalui hingga jadi secangkir kopi yang siap dinikmati. Istilah ini disebut juga dengan *Third Wave Coffee Culture*.

Istilah penyebutan *Third Wave Coffee Culture* masih terbilang baru. Penyebutan ini pertama kali dikemukakan oleh Thresh Rothgeb pada sebuah artikel di *Wrecking Ball Coffee Roasters* pada 2002. Sebelumnya pada gelombang pertama penikmat kopi disugahi dengan kepraktisan dalam mengkonsumsi kopi, pada gelombang ini masih berfokus untuk menarik massa sebanyak-banyaknya untuk meminum kopi. Maka pada *First Wave Coffee Culture* inovasi yang terbentuk adalah adanya kopi instan yang praktis dan tidak membutuhkan banyak peralatan. Gelombang kedua atau *Second Wave Coffee Culture*, industri kopi mulai membaik dengan meningkatkan kualitas kopi yang mereka produksi, tetapi masih berfokus pada pemasaran. Pada era ini, brand besar Starbucks memasuki industri kopi. Selanjutnya pada gelombang ketiga, kopi menjadi aktor utama dalam menarik konsumen untuk menikmati kopi (ottencoffee.co.id, diakses 11 Februari 2023).

Kebangkitan gelombang ketiga pada budaya minum kopi ini ditandai dengan para penikmat kopi yang kini mulai tertarik terhadap kopi itu sendiri. Produksi kopi kini lebih transparan untuk konsumen, mereka bisa dengan mudah mengetahui dari mana asal muasal biji kopi. Selain itu, konsumen juga bisa mengetahui bagaimana biji kopi tersebut diproses. Bila Gelombang Kopi Ketiga terjadi di negara-negara pengonsumsi kopi, Gelombang Kopi Keempat merupakan ciri khas 'Gelombang Ketiga' yang tengah terjadi di negara penanam

kopi sekarang ini. Dalam kata lain, Gelombang Kopi Keempat berpusat di negara-negara penanam kopi (readsingalong.com, diakses 11 Februari 2023).

Konsumen kopi di era ini lebih peduli terhadap asal-usul kopi, bagaimana kopi bisa dilacak sampai ke petani penanamnya, bagaimana kopi disajikan dengan peralatan canggih terbaru dan dipanggang dengan profil medium yang tidak terlalu gelap agar karakter asli biji kopi tidak hilang, dan proses perdagangan adil bagi para petani kopi agar mereka lebih sejahtera (Prakosa, 2019). Pada era gelombang ketiga ini, masyarakat menjadi lebih sadar akan kopi dan para pengusaha kedai kopi mengejar usaha baru dalam cita rasa kopi (İStanbullu DiNçer et al., 2016).

Pada era ini, banyak kosa kata yang mulai dikenal mengenai kopi. Kini kata-kata seperti *single origin*, *manual brew*, *acidity*, *speciality coffee*, *blend*, dan masih banyak istilah lain mulai sering terdengar di antara para penikmat kopi. *Single origin* merupakan asal mula atau tempat kopi tersebut berasal, biasanya mengacu pada satu daerah yang spesifik. Tren kopi saat ini juga mulai merangkap ke berbagai kreativitas produsen kopi untuk bisa bereksperimen pada biji kopi yang dihasilkan. Selain *single origin*, ada juga jenis kopi *blend*. Kopi ini merupakan jenis kopi yang mengkombinasikan biji kopi dari berbagai daerah yang berbeda untuk menciptakan cita rasa yang diinginkan. Pada masa transisi gelombang kopi ini, para produsen juga ditantang untuk bisa lebih ketat dalam seleksi pemilihan biji kopi.

Ketatnya pemilihan biji kopi ini tidak lepas dari tujuan untuk menghasilkan biji kopi yang berkualitas. Selain itu, barista juga memiliki

tantangan baru untuk tidak hanya sekedar bisa membuat kopi, namun juga mengetahui cerita dibalik biji kopi yang dibuatnya hingga menjadi secangkir kopi. Budaya untuk menikmati kopi lokal tidak hanya tren di kalangan masyarakat biasa, Menteri Pariwisata, Sandiaga Salahuddin Uno, ikut mempromosikan kopi lokal. Hal ini tidak terlepas karena Badan Ekonomi Kreatif melebur bersatu bersama Kementerian Pariwisata.

Menteri Pariwisata sejak tahun 2021 ingin wisata tematik kopi menjadi salah satu *trademark* dalam wisata nasional. Seperti salah satu yang ada di Bali, wisata tematik kopi di Desa Wisata Catur. Wisatawan tidak hanya disugahi secangkir kopi, namun mereka juga bisa ikut menikmati suasana pegunungan, proses penanaman kopi, aktivitas panen, juga ikut dalam proses pengolahan kopi. Indonesia yang kaya akan komoditi kopi hingga saat ini belum memiliki jalur wisata kopi yang komprehensif secara nasional. Maraknya kedai kopi di Indonesia, diharapkan bahwa jalur wisata kopi nantinya bisa merata dari Sabang hingga Merauke ([kemenparekraf.go.id](http://kemenparekraf.go.id), diakses 13 Februari 2023). Jika seni minum wine sudah ada sejak dahulu, maka mengapresiasi kopi seperti sebuah seni baru muncul pada gelombang ketiga saat ini. Seperti yang dijelaskan dalam sebuah artikel berjudul *Quality and inequality: creating value worlds with Third Wave coffee* oleh (Fischer, 2021) , menjelaskan bahwa:

*“The language used to talk about Third Wave coffee is inspired by the wine world, with exotic and evocative descriptors: ‘Orange blossom, white tea, syrupy’; ‘Tangerine, brown sugar, lime’ and ‘Caramel, nutty, round’.*

Bahasa yang digunakan dalam mengekspresikan berbagai rasa kopi di gelombang ketiga budaya minum kopi terinspirasi dari dunia wine.

Peneliti juga melihat akan adanya hubungan antara perkembangan *3rd Wave Coffee Culture* dengan minat berwisata kopi Generasi Z, beberapa alasannya yaitu:

- 1) Generasi Z merupakan populasi paling banyak di Indonesia. Berdasarkan hasil data sensus pada tahun 2020 oleh Badan Pusat Statistik, Generasi Z menjadi populasi paling banyak dengan jumlah 29,4% dari total penduduk 270,20 juta.
- 2) Diberi julukan “Si Paling Healing” dan “Si Pembawa Perubahan”. Badan Riset dan Inovasi Nasional melakukan *polling* melalui fitur *Instagram Story* untuk menyebutkan apa yang terlintas di pikiran ketika mendengar tentang Generasi Z, terdapat jawaban si paling healing dan si pembawa perubahan. Hal ini pun kemudian dikonfirmasi melalui wawancara singkat dengan beberapa informan yang merupakan Generasi Z.
- 3) Adanya tren atau gaya hidup bagi kaum muda untuk pergi ke *coffee shop*. Dilansir dari jurnal yang berjudul “Trend Ngopi Sebagai Gaya Hidup Baru Di Kalangan Kaum Muda Di Coffee Shop Aksara Kopi Dan Buku Samarinda” oleh Malisan (2021), dijelaskan bahwa kaum muda menghabiskan waktu di *coffee shop* dengan berbagai gaya hidup. Seperti nongkrong bersama teman, mengerjakan tugas atau skripsi, berdiskusi, dan lain sebagainya.

Maka untuk mengetahui prioritas kegemaran kopi pada masyarakat khususnya generasi Z, yang kemudian bisa dijadikan dasar terciptanya wisata tematik kopi dan kedepannya bisa menjadi wisata utama nasional, peneliti



mengambil penelitian dengan judul “**Preferensi wisata tematik kopi ada generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Adanya gelombang budaya minum kopi mempengaruhi cara masyarakat dalam menikmati kopi. Begitupun yang terjadi pada gaya hidup pada Generasi Z saat ini, seiring berkembangnya budaya minum kopi kini gaya hidup Generasi Z juga bervariasi dalam cara menikmati kopi. Berkembangnya budaya minum kopi ini sejalan dengan adanya keinginan Menteri Pariwisata untuk menjadikan wisata tematik kopi sebagai salah satu wisata *trademark* di Indonesia. Maka, pada penelitian ini peneliti mengangkat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi atau prioritas dari masyarakat yang termasuk dalam Generasi Z pada wisata kopi?
2. Wisata tematik kopi seperti apa yang paling sesuai bagi Generasi Z?

## **C. Batasan Masalah**

Batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel dalam penelitian ini adalah konsep kegiatan wisata, yaitu: *something to do, something to see, something to buy*.
2. Subjek penelitian ini adalah masyarakat yang merupakan Generasi Z atau lahir pada tahun 1997-2012, menyukai kopi, dan berada di Yogyakarta.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui preferensi atau prioritas dari Generasi Z dalam memilih wisata kopi.
2. Memberikan rekomendasi konsep wisata tematik kopi yang sesuai bagi Generasi Z.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dilakukan penelitian ini adalah:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur atau rujukan bagi penelitian selanjutnya mengenai wisata kopi maupun topik serupa tentang kopi.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Pelaku Wisata Kopi**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan rekomendasi konsep wisata tematik kopi yang kemudian bisa diterapkan, bisa menarik wisatawan lebih banyak khususnya Generasi Z sebagai populasi terbanyak di Indonesia.