BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan cafe (*coffee shop*) di Indonesia mengalami peningkatan yang nyata selama beberapa tahun terakhir. Perubahan gaya hidup generasi muda, urbanisasi, dan digitalisasi menjadikan cafe bukan hanya tempat konsumsi tetapi juga ruang berkegiatan sosial, belajar, dan bekerja. Kata cafe sendiri berasal dari kata *coffee* yang berarti kopi. Saat ini, bisnis cafe menjadi salah satu jenis usaha yang sangat diminati oleh para pengusaha di berbagai kota besar di Indonesia. Maraknya cafe di berbagai sudut kota menunjukkan bahwa perkembangan usaha cafe berlangsung cukup pesat serta berkaitan juga dengan perubahan kebutuhan dan gaya hidup konsumen (Kumrotin & Susanti, 2021). Fungsi cafe yang semakin beragam juga membuat tempat tersebut dapat berperan sebagai *third place*, yaitu ruang sosial informal di luar rumah sebagai *first place* dan tempat kerja atau pendidikan sebagai *second place*. Cafe sebagai *third place* dapat menyediakan ruang yang lebih fleksibel untuk melakukan aktivitas individual maupun sosial di luar kedua ruang utama tersebut (Salsabila & Sihombing, 2024).

Berdasarkan publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2024, jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia mencapai 5,28 juta usaha pada tahun 2024. Jumlah tersebut meningkat dibandingkan tahun 2023 yang tercatat sebanyak 4,85 juta usaha (BPS, 2024). Selain itu, laporan *Agriculture and Agri-Food Canada* (2025) yang mengacu pada data *Euromonitor International* menunjukkan bahwa nilai penjualan ritel sektor cafe dan bar di Indonesia mencapai US$2,04 miliar pada tahun 2024, dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 9,6% per tahun selama periode 2020–2024. Secara lebih khusus, kategori *specialist coffee and tea shops* mencatat nilai penjualan sebesar US$557,9 juta pada tahun 2024, dengan pertumbuhan rata-rata 10,5% per tahun selama periode

yang sama. Data tersebut menunjukkan bahwa industri cafe dan kedai kopi memiliki perkembangan ekonomi yang cukup kuat di Indonesia.

Di tengah pesatnya perkembangan industri cafe, Gen Z muncul sebagai kelompok konsumen yang memiliki karakteristik unik dalam memilih ruang aktivitas. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Gen Z tumbuh dalam ekosistem digital yang membentuk ekspektasi tinggi terhadap konektivitas, estetika, dan multifungsionalitas suatu tempat. Fenomena ini menjadikan cafe bukan sekadar tempat minum kopi, melainkan berkembang menjadi *third place* yang mendukung aktivitas belajar, bekerja, dan bersosialisasi secara fleksibel. Dengan demikian, pertumbuhan cafe yang pesat di Indonesia tidak terlepas dari meningkatnya kebutuhan Gen Z akan ruang multifungsi yang sesuai dengan gaya hidup mereka yang dinamis dan digital-native. Gen Z menempatkan nilai pada konektivitas digital, estetika ruang, serta kemudahan akses ketika memilih tempat untuk beraktivitas di luar rumah (Dewi et al., 2024). Akibatnya, karakter cafe modern berubah menjadi lebih multifungsi, menggabungkan layanan makanan dan minuman dengan fasilitas kerja dan koneksi digital. Perubahan fungsi tersebut menuntut pemahaman empiris tentang faktor-faktor fisik dan layanan yang mempengaruhi preferensi konsumen Gen Z.

Mahasiswa merupakan bagian dari Gen Z yang memiliki kebutuhan terhadap ruang untuk menjalankan aktivitas akademik maupun sosial. Aktivitas belajar, mengerjakan tugas, berdiskusi, bersosialisasi, bersantai, dan menggunakan perangkat digital tidak selalu dilakukan di rumah atau kampus. Cafe dapat menjadi salah satu alternatif ruang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut karena menawarkan suasana yang lebih informal dan fleksibel. Penggunaan cafe sebagai *third place* membuat mahasiswa mempertimbangkan berbagai atribut sebelum menentukan tempat yang lebih sesuai dengan kebutuhannya. Pertimbangan tersebut dapat berkaitan dengan posisi cafe terhadap pusat aktivitas, kemudahan untuk mencapai lokasi, serta ketersediaan fasilitas yang mendukung kegiatan selama berada di cafe (Dewi et al., 2024).

Fenomena penggunaan cafe sebagai *third place* terlihat dikalangan mahasiswa di Kota Cirebon. Mahasiswa memanfaatkan cafe tidak hanya untuk makan dan minum, tetapi untuk mengerjakan tugas, berdiskusi, belajar kelompok, dan melakukan aktivitas digital seperti menghadiri kelas daring. Kondisi tersebut terlihat dari meningkatnya jumlah cafe di kawasan kampus dan tingginya aktivitas mahasiswa di cafe pada sore hingga malam hari. Mahasiswa sebagai representasi utama Gen Z merupakan kelompok yang paling intensif memanfaatkan cafe sebagai ruang ketiga. Faktor-faktor seperti lokasi yang strategis, kemudahan akses transportasi, dan kelengkapan fasilitas menjadi pertimbangan utama yang secara langsung membentuk preferensi konsumen mahasiswa Gen Z terhadap suatu cafe (Dewi et al., 2024).

Mahasiswa di Kota Cirebon memiliki karakteristik mobilitas tersendiri yang dipengaruhi oleh sebaran kampus, pola penggunaan transportasi umum dan pribadi, serta ketersediaan infrastruktur kota. Berbeda dengan kota besar, Cirebon sebagai kota menengah memiliki keterbatasan jaringan transportasi publik, sehingga aksesibilitas menuju cafe sangat bergantung pada lokasi yang strategis serta didukung fasilitas parkir yang memadai. Kondisi ini menjadikan preferensi mahasiswa Cirebon dalam memilih cafe sebagai *third place* memiliki keunikan yang perlu dikaji secara empiris (Salsabila & Sihombing, 2024). Berdasarkan data BPS Kota Cirebon, terdapat kategori usaha restoran dan cafe yang tercatat dalam statistik daerah, yang menjadi indikator nyata keberadaan dan pertumbuhan sektor F&B setempat.

Tabel 1.1
Jumlah Restoran, Cafe, dan Warung Kedai Makan 2020

No	Jenis usaha	Jumlah
1	Restoran	62
2	Cafetarian atau cafe	56
3	Warung kedai makan	119

Sumber: Dinas kebudayaan dan Pariwisata 2020

Pada tabel 1.1 yang di publikasikan oleh Dinas Kebudayaan dan Parawisata, jumlah cafetarian atau cafe tercatat sebanyak 56 unit. Angka ini menunjukan bahwa keberadaan cafe telah menjadi salah satu bentuk usaha

yang cukup dominan dibandingkan jenis usaha makanan dan minuman lainnya. Pertumbuhan jumlah cafe yang semakin pesat mencerminkan perubahan pola konsumsi masyarakat, terutama Gen Z. Selain itu, banyaknya pilihan tempat juga membuat konsumen perlu melakukan penilaian terhadap atribut cafe sebelum menentukan tempat yang dianggap sesuai dengan kebutuhannya.

Lokasi menjadi salah satu atribut yang dapat dipertimbangkan mahasiswa ketika menentukan pilihan cafe. Posisi cafe yang sesuai dengan pusat aktivitas mahasiswa dapat memberikan kemudahan untuk memasukkan kunjungan ke cafe ke dalam kegiatan sehari-hari. Lokasi yang mudah ditemukan, berada pada lingkungan yang mendukung, dan sesuai dengan mobilitas konsumen dapat meningkatkan kesesuaian suatu cafe sebagai tempat untuk melakukan berbagai aktivitas. Sari & Hidayat (2020) menunjukkan bahwa lokasi menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan terhadap suatu tempat usaha. Bagi mahasiswa, karakteristik lokasi menjadi relevan karena aktivitas mereka dapat berlangsung pada beberapa tempat, seperti kampus, tempat tinggal, dan ruang aktivitas lainnya.

Aksesibilitas transportasi juga mempengaruhi pertimbangan preferensi mahasiswa. Aksesibilitas transportasi berkaitan dengan kemudahan konsumen dalam mencapai cafe melalui kondisi perjalanan yang tersedia. Jarak dan waktu tempuh, kondisi jalan menuju lokasi, ketersediaan moda transportasi, kemudahan navigasi, serta biaya perjalanan dapat menentukan tingkat hambatan yang dihadapi mahasiswa ketika akan mencapai suatu cafe. Lobang et al. (2022) menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki keterkaitan dengan minat konsumen untuk mengunjungi suatu tempat. Cafe yang relatif mudah dicapai dapat memberikan pilihan yang lebih praktis bagi mahasiswa dengan mobilitas yang beragam.

Fasilitas menjadi pertimbangan berikutnya karena berkaitan dengan kemampuan cafe dalam mendukung aktivitas mahasiswa setelah berada di tempat tersebut. Ketersediaan tempat duduk dan tata ruang yang nyaman, Wi-

Fi dan stopkontak, toilet yang memadai, pencahayaan dan akustik, serta fasilitas pembayaran dapat menunjang penggunaan cafe untuk berbagai aktivitas. Fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung memungkinkan cafe digunakan tidak hanya untuk konsumsi, tetapi juga untuk belajar, mengerjakan tugas, berdiskusi, bersosialisasi, dan melakukan aktivitas digital. Fasilitas merupakan salah satu atribut yang berkaitan dengan penilaian konsumen terhadap cafe (Palupi et al., 2025).

Lokasi, aksesibilitas transportasi, dan fasilitas memberikan pertimbangan yang berbeda dalam proses pemilihan cafe. Lokasi berkaitan dengan kesesuaian posisi cafe terhadap aktivitas konsumen, aksesibilitas transportasi berkaitan dengan kemudahan perjalanan menuju cafe, sedangkan fasilitas berkaitan dengan kemampuan tempat tersebut dalam mendukung aktivitas setelah konsumen berada di lokasi. Ketiga atribut tersebut dapat dievaluasi secara bersamaan ketika mahasiswa menentukan cafe yang lebih sesuai dengan kebutuhannya sebagai *third place*. Preferensi dalam penelitian ini kemudian menggambarkan kecenderungan mahasiswa Gen Z dalam memilih dan mempertahankan pilihan terhadap cafe yang dinilai sesuai dengan kebutuhan dan aktivitasnya (I. Sari & Hidayat., 2020)

Penelitian terdahulu telah membahas berbagai faktor yang berkaitan dengan perilaku konsumen cafe, tetapi memiliki fokus variabel, objek, dan populasi yang berbeda. (Kumrotin & Susanti, 2021) meneliti pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di cafe kota Semarang dan menemukan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen. (Lobang et al., 2022) mengkaji pengaruh aksesibilitas dan amenitas terhadap minat kunjungan cafe di kawasan wisata, namun belum mengintegrasikan karakteristik konsumen generasional. (Salsabila & Sihombing., 2024) meneliti faktor pembentuk *third place* pada Gen Z di perkotaan, tetapi berfokus pada aspek sosial dan komunitas tanpa mengukur pengaruh aksesibilitas transportasi secara spesifik. (Dewi et al., 2024) mengkaji preferensi Gen Z terhadap wisata kopi di Yogyakarta, sementara (Romlah., 2023) meneliti keputusan pembelian di cafe Cirebon dengan

variabel kualitas produk dan media sosial. Perbedaan fokus tersebut menunjukkan bahwa hasil penelitian terdahulu belum sepenuhnya menjelaskan hubungan lokasi, aksesibilitas transportasi, dan fasilitas dengan preferensi mahasiswa Gen Z dalam memilih cafe sebagai *third place*, khususnya di kota menengah seperti Cirebon.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai preferensi mahasiswa Gen Z dalam memilih cafe sebagai *third place* ini perlu dilakukan untuk menganalisis pengaruh lokasi, aksesibilitas transportasi, dan fasilitas terhadap pilihan konsumen. Penelitian ini mengambil mahasiswa di Kota Cirebon sebagai subjek penelitian karena cafe dapat menjadi salah satu alternatif ruang untuk menjalankan aktivitas di luar rumah dan lingkungan akademik formal. Pengujian lokasi, aksesibilitas transportasi, dan fasilitas secara parsial maupun simultan diharapkan dapat memberikan penjelasan mengenai atribut yang berkaitan dengan pembentukan preferensi mahasiswa terhadap cafe sebagai *third place*. Atas dasar tersebut penelitan ini berjudul **"Pengaruh Lokasi, Aksesibilitas Transportasi, dan Fasilitas terhadap Preferensi Konsumen Gen Z Dalam Memilih Cafe sebagai *Third Place* (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Cirebon)".**

B. Permasalahan Penelitian

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, pada subbagian ini akan diuraikan secara sistematis mengenai identifikasi masalah, pembatasan masalah, dan perumusan masalah. Ketiga komponen ini disusun untuk memperjelas fokus kajian dan batas ruang lingkup penelitian, sehingga pelaksanaan penelitian dapat terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

1. Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

a. Terjadinya pergeseran fungsi cafe menjadi *third place* yang diminati Gen Z belum sepenuhnya dipahami oleh pelaku usaha, terutama terkait faktor-faktor fisik dan non-fisik yang membentuk

preferensi konsumen. Pertumbuhan cafe yang pesat tidak diiringi dengan pemahaman mendalam mengenai kebutuhan Gen Z yang menggabungkan aspek sosial, produktivitas, dan konektivitas digital.

b. Lokasi, aksesibilitas transportasi, dan fasilitas yang seharusnya menjadi faktor utama dalam menarik konsumen muda sering kali belum dikelola secara optimal. Banyak cafe fokus pada menu atau harga, padahal Gen Z lebih mempertimbangkan kemudahan dijangkau, kualitas fasilitas pendukung (Wi-Fi, stopkontak, ruang kerja), dan kenyamanan ruang.

c. Belum diketahui sejauh mana kontribusi relatif antara lokasi, aksesibilitas transportasi, dan fasilitas terhadap preferensi mahasiswa Gen Z dalam memilih cafe sebagai *third place* di Kota Cirebon. Jika hubungan tiga variabel ini tidak dipahami secara empiris, strategi bisnis cafe menjadi kurang tepat sasaran dan dapat menurunkan daya saing di tengah meningkatnya jumlah kompetitor.

2. Pembatasan Masalah

Dalam Penelitian ini, pembahasan mengenai penelitian Pengaruh Lokasi, Aksesibilitas Transportasi, dan Fasilitas terhadap Preferensi Konsumen Gen Z dalam memilih Cafe sebagai *Third Place* akan dibatasi pada:

a. Penelitian dibatasi untuk melihat pengaruh lokasi terhadap preferensi konsumen, aksesibilitas transportasi terhadap preferensi konsumen, fasilitas terhadap preferensi konsumen, serta pengaruh ketiga variable terserbut terhadap preferensi konsumen

b. Subjek penelitian dibatasi pada mahasiswa yang berdomisili atau beraktivitas di Kota Cirebon.

c. Objek penelitian dibatasi pada cafe yang berfungsi sebagai *third place* bagi mahasiswa, yaitu cafe yang menyediakan ruang untuk belajar, bekerja, bersosialisasi, dan berkegiatan informal.

3. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan berikut:

a. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap preferensi mahasiswa Gen Z dalam memilih cafe sebagai *third place* di Kota Cirebon?
b. Apakah aksesibilitas transportasi berpengaruh signifikan terhadap preferensi mahasiswa Gen Z dalam memilih cafe sebagai *third place* di Kota Cirebon?
c. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap preferensi mahasiswa Gen Z dalam memilih cafe sebagai *third place* di Kota Cirebon?
d. Apakah lokasi, aksesibilitas transportasi, dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap preferensi mahasiswa Gen Z dalam memilih cafe sebagi *third place* di Kota Cirebon?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh jawaban atas permasalahan tersebut melalui pendekatan ilmiah yang sistematis, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap preferensi mahasiswa Gen Z dalam memilih cafe sebagai *third place* di Kota Cirebon.
2. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas transportasi terhadap preferensi mahasiswa Gen Z dalam memilih cafe sebagai *third place* di Kota Cirebon.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap preferensi mahasiswa Gen Z dalam memilih cafe sebagai *third place* di Kota Cirebon.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, aksesibilitas transportasi, dan fasilitas secara simultan terhadap preferensi mahasiswa Gen Z dalam memilih cafe sebagai *third place* di Kota Cirebon.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Secara umum, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini meliputi hal-hal berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberi tambahan yang berguna untuk literatur, terutama karena topik tentang preferensi Gen Z dalam memilih cafe sebagai *third place* masih terus berkembang. Banyak penelitian sebelumnya membahas faktor lokasi, aksesibilitas, dan fasilitas secara terpisah, atau meneliti generasi lain, atau konteks kota besar yang sudah terlalu sering dibahas. Hasil penelitian ini menutup celah itu dengan cara yang lumayan rapi.

Dalam perspektif teori perilaku konsumen, temuan penelitian ini dapat memperkuat pemahaman tentang bagaimana stimulus lingkungan fisik (seperti lokasi dan fasilitas) berinteraksi dengan karakteristik generasi tertentu dalam memengaruhi keputusan pilihan tempat. Ini membantu menguji apakah teori-teori klasik, seperti *Theory of Planned Behavior* atau konsep *Third Place* dari Oldenburg, masih relevan saat diterapkan pada kelompok konsumen yang lebih digital-native dan lebih selektif dalam pengalaman ruang. Dengan begitu, penelitian ini ikut menyumbang pengembangan konsep mengenai preferensi ruang sosial generasi muda dalam konteks urban Indonesia yang lebih spesifik dan mutakhir.

2. Manfaat Praktis

a. Pengelola cafe dapat merancang strategi penentuan lokasi yang lebih tepat dengan menyesuaikan persebaran cafe di area yang paling diminati mahasiswa Gen Z.

b. Perencana transportasi atau pemerintah daerah bisa menggunakan hasil penelitian untuk memperbaiki akses menuju kawasan dengan konsentrasi aktivitas anak muda agar lebih aman dan nyaman.

c. Pelaku bisnis cafe dapat memprioritaskan investasi pada fasilitas yang terbukti paling berpengaruh, yaitu kenyamanan ruang, kualitas Wi-Fi, atau desain interior yang mendukung aktivitas belajar dan bersosialisasi.
d. Calon investor atau pengusaha baru memperoleh gambaran awal mengenai variabel mana yang paling menentukan keberhasilan sebuah cafe dalam menarik pasar Gen Z.
e. Kampus bisa memanfaatkan temuan penelitian untuk bekerja sama dengan cafe tertentu dalam menyediakan ruang *third place* yang mendukung kegiatan belajar nonformal mahasiswa.

E. Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan latar belakang permasalahan terkait pengaruh lokasi, aksesibilitas transportasi, dan fasilitas terhadap preferensi konsumen gen z dalam memilih cafe sebagai *third place* (studi kasus mahasiswa di Kota Cirebon) serta mencakup rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang menjadi dasar teori dalam penelitian ini serta tinjauan pustaka mengenai pengaruh lokasi, aksesibilitas transportasi, dan fasilitas terhadap preferensi konsumen gen z dalam memilih cafe sebagai *third place* (studi kasus mahasiswa di Kota Cirebon).

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan jenis penelitian yang diterapkan, sumber data primer dan sekunder, serta tekhnik pengumpulan dan tekhnik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan gambaran umum mengenai pengaruh lokasi, aksesibilitas transportasi, dan fasilitas terhadap preferensi konsumen gen z dalam memilih cafe sebagai *third place* (studi kasus mahasiswa di Kota Cirebon), objek penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan dari permasalahan yang telah dibahas, disertai saran untuk pemanfaatan penelitian di masa mendatang serta rekomendasi bagi pihak terkait. Bagian penutup mencakup kesimpulan akhir dari penelitian dan saran yang ditujukan kepada pembaca.

UINSSC