

PARTISIPASI *COFFEE SHOP* SEBAGAI RUANG KREATIF DALAM MENDORONG PARIWISATA BUDAYA DI YOGYAKARTA

Wahyu Indro Widodo¹, Fera Dhian Anggraini²

¹Akademi Pariwisata Dharma Nusantara Sakti

²Akademi Pariwisata Dharma Nusantara Sakti

feestroby@gmail.com

Abstrak

Coffee shop merupakan ruang usaha yang memiliki banyak fungsi, diantaranya sebagai tempat komersial untuk menikmati kopi dan sebagai *platform* bagi ekspresi seni, budaya, dan interaksi sosial yang menggabungkan nilai lokal. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi partisipasi *coffee shop* sebagai ruang kreatif dalam mendukung pariwisata budaya yang menjadi ruang terbuka bagi semua kalangan di Kota Yogyakarta. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui lebih dalam perspektif pemilik dan pengelola serta pengunjung terhadap fungsi *coffee shop* sebagai media interaksi komunitas kreatif serta kontribusinya dalam mendorong pariwisata wisata budaya di Kota Yogyakarta. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan wawancara dan observasi di dua *coffee shop* di Yogyakarta yaitu di Kéne Coffee dan Cylo Kopi dengan melibatkan dua pemilik dan empat pengunjung.

Inisiatif *coffee shop* dalam membantu meningkatkan daya tarik wisata dan berperan dalam melestarikan warisan budaya lokal melalui keterlibatannya langsung dengan komunitas kreatif dapat menjadi bukti bahwa sektor kuliner dan industri kreatif dapat bersinergi secara efektif untuk mendukung pariwisata berkelanjutan serta memperkuat identitas budaya lokal di Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *coffee shop* di Yogyakarta telah berkembang menjadi ruang kreatif yang rutin menyelenggarakan berbagai acara budaya, seperti pameran fotografi sejarah Kota Yogyakarta dan lokakarya budaya. Temuan ini menegaskan pentingnya peran *coffee shop* dalam memperkuat pariwisata berbasis budaya di Yogyakarta sekaligus berfungsi sebagai agen pelestarian dan promosi budaya lokal.

Kata Kunci: *Coffee Shop*, Ruang Kreatif, Pariwisata Budaya, Yogyakarta

1. PENDAHULUAN

Yogyakarta merupakan kota yang memiliki warisan kekayaan budaya dan seni yang menakjubkan, sehingga menjadi bagian dari destinasi wisata favorit baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Pesona Kota Yogyakarta terletak pada keindahan alam, situs bersejarah, serta keunikan budaya dan keramah-tamahan

masyarakatnya (Hadi dan Widyaningsih, 2020). Ditengah maraknya pariwisata budaya yang semakin berkembang pesat, *coffee shop* muncul sebagai salah satu sektor penting yang turut membentuk lanskap pariwisata di Yogyakarta. Pada mulanya *coffee shop* hanya dianggap sebagai tempat untuk menikmati secangkir kopi, namun sering dengan perkembangan zaman, kini telah bergeser

menjadi ruang publik yang dinamis dan multifungsi. *Coffee shop* telah mengalami transformasi yang cukup besar dalam beberapa dekade terakhir (Haristianti dkk. 2021).

Coffee shop adalah sebuah tempat atau kedai yang menyediakan berbagai jenis minuman kopi, baik yang sederhana maupun yang sudah dimodifikasi dengan berbagai rasa dan tambahan lainnya (Adhitya, 2021). Perkembangan *coffee shop* saat ini sudah menjadi pusat sosial dan ruang kreatif yang menyatukan berbagai elemen budaya (Suminto, 2018). Di Yogyakarta, *coffee shop* bukan lagi hanya sebagai tempat untuk bersantai, melainkan juga sebagai ruang untuk melakukan berbagai kegiatan kreatif, seperti pameran seni dan fotografi, diskusi budaya, serta pertunjukan musik. Fenomena tersebut menandai pergeseran peran *coffee shop* dalam tatanan sosial perkotaan yang mulai berfungsi dalam mendukung pariwisata budaya dan menjadi bagian dari ekosistem ekonomi kreatif. *Coffee shop* di Yogyakarta tidak hanya mengalami perkembangan dalam hal kuantitas, tetapi juga berkembang dalam hal kualitas dan fungsinya. *Coffee shop* memiliki desain interior yang menarik, suasana yang nyaman, dan seringkali menyajikan pertunjukan seni atau *workshop* kreatif yang dapat menarik minat berbagai kalangan, mulai dari anak muda hingga wisatawan mancanegara (Kusumowidagdo, dkk 2024).

Partisipasi *coffee shop* dalam pariwisata budaya di Yogyakarta dapat dilihat dari berbagai perspektif, seperti sebagai ruang alternatif untuk kegiatan budaya, tempat pertemuan komunitas kreatif, dan sebagai daya tarik wisata yang menawarkan pengalaman otentik bagi pengunjung. *Coffee shop* di Yogyakarta juga berperan aktif dalam mempromosikan dan melestarikan budaya lokal. Banyak *coffee shop* yang mengusung konsep yang berakar pada nilai budaya Jawa seperti penggunaan bahan lokal, desain interior yang terinspirasi dari arsitektur tradisional, atau menu yang mengadaptasi resep kuno (Nisa dkk., 2022). Sejalan dengan hal tersebut, *coffee shop* menjadi tempat untuk menikmati minuman, sekaligus menjadi media untuk memperkenalkan warisan budaya Yogyakarta kepada masyarakat luas, seperti halnya yang dilakukan oleh dua *coffee shop* yang dilibatkan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan dua *coffee shop* sebagai objek penelitiannya yaitu Kéne Coffee dan Cylo Kopi yang keduanya berada di pusat Kota Yogyakarta.

Kéne Coffee dan Cylo Kopi merupakan *coffee shop* yang dikenal karena memadukan unsur budaya lokal dengan pengalaman kuliner modern. Kéne Coffee selalu menggunakan bahan baku lokal dalam setiap menunya, seperti kopi dari dataran tinggi Yogyakarta dan makanan ringan khas Jawa. Kéne Coffee juga sering mengadakan

acara seni dan budaya seperti pameran seni rupa dan fotografi yang dapat menarik komunitas lokal dan pengunjung yang ingin merasakan suasana budaya Jawa. Sementara itu, Cylo Kopi dikenal dengan konsep ruang yang lebih modern namun tetap mengusung sentuhan lokal melalui penggunaan perabotan kayu khas Jawa dan menu berbasis resep tradisional seperti kopi tubruk. Cylo Kopi juga rutin menyelenggarakan acara diskusi budaya yang berkolaborasi dengan budayawan muda Yogyakarta yang menjadikannya sebagai tempat pertemuan komunitas kreatif.

Kéne Coffee dan Cylo Kopi berperan dalam menghubungkan pengunjung dengan komunitas kreatif lokal, menciptakan ruang interaksi yang berfokus pada konsumsi dan partisipasi aktif dalam kegiatan budaya. Melalui acara yang diselenggarakan oleh Kéne Coffee dan Cylo Kopi, kini kedua *coffee shop* tersebut telah mampu menarik minat pengunjung yang ingin merasakan keaslian budaya Yogyakarta dari perspektif yang lebih dekat. Hal tersebut memungkinkan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang budaya lokal yang tidak bisa diperoleh melalui atraksi wisata konvensional. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Putri, dkk. (2024), pengunjung yang memiliki kesempatan untuk terlibat dalam kegiatan budaya yang autentik cenderung memiliki pengalaman wisata yang lebih bermakna.

Coffee shop sebagai ruang kreatif di Yogyakarta memberikan kesempatan kepada pengunjungnya untuk berinteraksi langsung dengan nilai budaya lokal, baik melalui kegiatan seni, budaya, musik, atau kuliner. Kegiatan tersebut menjadikan *coffee shop* sebagai salah satu elemen penting dalam pengembangan pariwisata berbasis budaya di kota Yogyakarta.

2. LANDASAN TEORI

Bagian ini akan menjelaskan konsep dan teori yang sesuai dengan tema penelitian mengenai partisipasi *coffee shop* sebagai ruang kreatif dalam mendukung pariwisata budaya di Yogyakarta. Kajian ini mencakup tiga komponen utama, yaitu *coffee shop*, ruang kreatif, dan pariwisata budaya yang saling berkaitan dalam mendukung meningkatkan daya tarik pengunjung dan pelestarian budaya lokal.

2.1. *Coffee Shop*

Pada awalnya *coffee shop* hanya dikenal sebagai tempat untuk menikmati minuman kopi, namun saat ini telah berkembang menjadi pusat sosial dan budaya di berbagai kota di dunia (Ferreira *et al.* 2021). Perkembangan industri *coffee shop* tidak terlepas dari perannya sebagai tempat berkumpul yang menawarkan suasana santai dan inklusif bagi berbagai kelompok masyarakat (Pangestu, 2024). Menurut Febrianti (2022), *coffee shop* adalah suatu bisnis komersial yang menawarkan berbagai

jenis minuman atau makanan kecil dengan harga yang relatif kepada para tamu dengan pelayanan dalam suasana tidak formal tanpa diikuti suatu aturan *service* yang baku. Pendapat lain mengatakan, *coffee shop* adalah sebuah kedai yang menjual berbagai minuman kopi dan berbagai minuman non-alkohol lainnya, *snack* dan camilan, serta memiliki desain interior yang menunjang (Basri dan Subarjo, 2024). *Coffee shop* menyediakan ruang untuk interaksi sosial yang informal di luar rumah dan tempat kerja, yang menjadi tempat berkumpul untuk berbagai kegiatan komunitas, termasuk kegiatan seni dan budaya (Suminto, 2018).

Coffee shop umumnya menjual dan menyediakan berbagai macam minuman yang tidak hanya terbatas pada minuman kopi saja. Berikut beberapa produk yang biasanya ditawarkan di *coffee shop*:

1. Minuman berjenis kopi

Espresso (dasar dari banyak jenis minuman kopi), *Americano* (*espresso* yang ditambahkan air panas), *cappuccino* (*espresso* dengan susu dan busa susu), *latte* (*espresso* dengan lebih banyak susu dan sedikit busa), *cold brew* (kopi yang diseduh dingin dan biasanya diminum dingin), *specialty coffee* (kopi *single origin* dari daerah tertentu yang diproses dengan teknik khusus).

2. Minuman non-kopi

Teh (berbagai jenis teh, seperti teh hitam, teh hijau, dan teh herbal), cokelat

panas (minuman berbasis cokelat, *matcha latte* (teh hijau Jepang dengan susu), *smoothies* (minuman buah yang dicampur dengan susu atau *yogurt*).

3. Makanan ringan

Pastries (*croissant*, *muffin*, *brownies*, atau kue lainnya), roti dan *sandwich* (berbagai jenis *sandwich* atau roti dengan isian), kue tradisional (beberapa *coffee shop* menambahkan kue lokal seperti klepon, pisang goreng, atau kue cubit).

4. Makanan berat

Beberapa *coffee shop* menawarkan menu sarapan, *brunch*, atau bahkan makan siang seperti nasi goreng, salad, burger, atau pasta.

5. Produk kemasan

Kopi bubuk atau biji kopi (untuk pelanggan yang ingin membeli kopi dan menyeduhnya sendiri di rumah), *merchandise* (berbagai produk seperti cangkir, kaos, atau peralatan kopi yang berhubungan dengan *brand coffee shop* tersebut).

Melalui penawaran variasi produk tersebut, *coffee shop* menjadi tempat yang menarik bagi berbagai kalangan, baik pecinta kopi maupun pengunjung yang lebih menyukai minuman atau makanan lain sambil bersantai. *Coffee shop* di Yogyakarta telah berkembang menjadi bagian dari ekonomi kreatif yang mendukung perkembangan pariwisata budaya dengan

menciptakan ruang untuk seniman lokal dalam menampilkan karyanya dan pengunjung dapat berinteraksi dengan budaya lokal secara langsung. Seyitoğlu dan Alpha (2021), menyatakan bahwa tempat yang mendukung aktivitas kreatif seperti *coffee shop* berperan penting dalam menarik wisatawan yang tertarik pada ekspresi seni dan budaya.

2.2. Ruang Kreatif

Konsep ruang kreatif mengacu pada tempat yang mengedepankan ide, seni, dan budaya untuk dapat diekspresikan dan dikembangkan melalui interaksi sosial dan kreatif. Riswanto dkk. (2023), menjelaskan bahwa ruang kreatif adalah lingkungan yang mendorong inovasi dan kolaborasi, serta saling terkait dengan sektor ekonomi kreatif seperti seni, budaya, musik, desain, dan media. Ruang kreatif juga berfungsi sebagai tempat berkumpul bagi komunitas lokal untuk berbagi ide dan pengalaman yang dapat meningkatkan kualitas hidup dan dinamika sosial di daerah tersebut. Di dalam ruang kreatif, individu atau komunitas dapat bebas berekspresi, berbagi ide, dan menciptakan karya baru (Dash dan Thilagam, 2023). Ruang kreatif sering digunakan untuk berbagai kegiatan seperti seni, budaya, desain, musik, diskusi, *workshop*, atau kegiatan budaya lainnya. Ruang kreatif memiliki berbagai kegunaan bagi industri terutama dalam mendukung inovasi dan pengembangan produk atau layanan.

Beberapa kegunaan ruang kreatif menurut (Sugiyanti dkk., 2023) antara lain:

1. Mendorong inovasi produk atau layanan yang lebih segar dan relevan untuk pasar.
2. Memberikan tempat bagi para profesional dari berbagai bidang untuk bertemu dan berkolaborasi.
3. Membantu meningkatkan kemampuan inovatif para pekerja melalui pelatihan, pengembangan keterampilan, dan memperkuat kapasitas SDM.
4. Membangun citra sebagai entitas yang mendukung kreativitas, inovasi, dan komunitas yang bisa meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya tarik pasar.
5. Mendukung perkembangan komunitas lokal dengan memberikan ruang bagi para seniman, pengrajin, dan kreator untuk menampilkan karya.

Coffee shop dipandang sebagai ruang kreatif karena perannya dalam menyediakan *platform* bagi seniman dan komunitas kreatif untuk berkreasi dan menampilkan karyanya. Kegiatan tersebut dapat membantu mempromosikan seni dan budaya lokal Kota Yogyakarta kepada para pengunjung. Peran *coffee shop* sebagai ruang kreatif juga terkait dengan konsep ekonomi kreatif dalam melakukan aktivitas kreatif seni dan budaya yang menjadi bagian dari pertumbuhan ekonomi lokal (Septeadi, 2023). Fungsi *coffee shop* di Yogyakarta sebagai ruang kreatif sangat berkontribusi terhadap

ekosistem ekonomi kreatif dengan menyediakan ruang bagi seniman lokal untuk berinteraksi dengan pengunjung.

2.3. Pariwisata Budaya

Pariwisata budaya adalah suatu kegiatan wisata yang cenderung menampilkan daya tarik wisata berwujud hasil dari seni budaya daerah tersebut (Damardjati, 2001). Pariwisata budaya merupakan bentuk pariwisata yang berfokus pada eksplorasi, apresiasi, dan pelestarian warisan budaya suatu daerah atau komunitas (Siska dkk., 2024). Pariwisata budaya melibatkan pengalaman langsung terhadap tradisi, kesenian, sejarah, adat istiadat, arsitektur, dan cara hidup masyarakat lokal. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang identitas budaya suatu destinasi dengan mendorong pertukaran nilai antar budaya. Menurut Manurung dkk. (2023), pariwisata budaya menawarkan pengalaman yang otentik, melestarikan warisan budaya, mendukung ekonomi lokal, dan membangun kesadaran tentang pentingnya menjaga keberagaman budaya. Pariwisata budaya memiliki berbagai unsur yang saling berkaitan untuk menciptakan pengalaman wisata yang lengkap. Unsur tersebut meliputi:

1. Atraksi wisata

Daya tarik utama yang menjadi alasan wisatawan mengunjungi suatu destinasi.

2. Aksesbiliti

Mencakup infrastruktur transportasi yang memudahkan wisatawan mencapai destinasi wisata.

3. Amenitas

Fasilitas pendukung yang disediakan untuk kenyamanan wisatawan selama berada di destinasi, seperti hotel, restoran, pusat perbelanjaan, fasilitas kesehatan, dan toilet umum.

4. Layanan

Unsur penting dalam pariwisata yang mencakup pelayanan dari sektor perhotelan, restoran, pemandu wisata, dan transportasi.

5. Informasi

Mencakup berbagai sumber informasi yang membantu wisatawan memahami destinasi, seperti peta, brosur, *website* resmi, atau aplikasi seluler yang menyediakan detail tentang atraksi, rute, dan layanan

Pariwisata budaya berperan penting dalam mendukung pelestarian warisan budaya Kota Yogyakarta. *Coffee shop* sebagai ruang kreatif menjadi salah satu elemen yang berkontribusi terhadap pariwisata budaya dengan menyediakan *platform* bagi ekspresi budaya lokal. Pengunjung yang mendatangi *coffee shop* di Yogyakarta dapat menikmati suasana dan minuman kopi, serta mendapatkan kesempatan untuk terlibat dalam berbagai acara budaya. Menurut Prianta dan Sulistyawati (2023), wisatawan modern

khususnya yang berasal dari generasi milenial, umumnya mencari pengalaman wisata yang lebih autentik dan interaktif dengan melihat budaya lokal dan ingin berpartisipasi langsung di dalamnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa *coffee shop* yang menyediakan ruang kreatif bagi ekspresi budaya lokal dapat mendukung kegiatan pariwisata budaya dan berkontribusi pada pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengetahui peran *coffee shop* sebagai ruang kreatif dalam mendorong pariwisata budaya di Yogyakarta. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial, budaya, atau perilaku manusia secara mendalam dan menyeluruh (Waruwu, 2023). Lokasi penelitiannya adalah dua *coffee shop* yang berada di Kota Yogyakarta, yaitu Kéne Coffee dan Cylo Kopi yang secara aktif menyelenggarakan acara seni dan budaya, serta berinteraksi langsung dengan pengunjung dan komunitas lokal. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan dua pemilik *coffee shop* dan empat pengunjung, serta observasi partisipatif terhadap kegiatan seni dan budaya yang berlangsung di dua *coffee shop* yang menjadi objek penelitian. Data sekundernya diperoleh dari literatur terkait konsep *coffee shop*,

ruang kreatif, dan pariwisata budaya. Berikut adalah tabel informan yang dilibatkan dalam penelitian ini:

Tabel 1. Informan Penelitian

Nama Informan	Posisi	Coffee Shop	Peran Informan
Dewi	Pemilik	Kéne Coffee	Wawancara terkait peran <i>coffee shop</i> dalam kegiatan budaya
Martin	Pemilik	Cylo Kopi	Wawancara terkait keterlibatan <i>coffee shop</i> dalam komunitas kreatif
Eka Zusan	Pengunjung	Kéne Coffee	Pengunjung yang terlibat dalam kegiatan seni dan budaya
Mintarti	Pengunjung	Cylo Kopi	Pengunjung yang mengikuti diskusi budaya di <i>coffee shop</i>
Riana Ambar	Pengunjung	Kéne Coffee	Pengunjung yang memiliki persepsi mengenai konsep <i>coffee shop</i> sebagai ruang kreatif
Joe Islah	Pengunjung	Cylo Kopi	Pengunjung yang memiliki perspektif tentang pariwisata budaya melalui <i>coffee</i>

			shop
--	--	--	------

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengeksplorasi peran *coffee shop* sebagai ruang kreatif yang mendukung pariwisata budaya di Yogyakarta yang fokus pada keterlibatan *coffee shop* dalam kegiatan seni dan budaya. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di Kéne Coffee dan Cylo Kopi yang berlokasi di Kota Yogyakarta, ditemukan bahwa *coffee shop* tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati kopi dan bersantai, tetapi juga menjadi media kegiatan budaya yang menarik perhatian pengunjung. Berdasarkan data yang dikumpulkan dari Kéne Coffee dan Cylo Kopi, terdapat beberapa temuan kunci terkait kedua *coffee shop* tersebut dalam berkontribusi untuk memperkuat pariwisata budaya di Yogyakarta.

4.1. *Coffee Shop* sebagai Ruang Kreatif untuk Kegiatan Budaya

Salah satu peran utama *coffee shop* dalam pariwisata budaya di Yogyakarta adalah sebagai ruang kreatif bagi penyelenggaraan kegiatan budaya. Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa Kéne Coffee dan Cylo Kopi secara aktif telah berhasil menyelenggarakan beberapa acara seni dan budaya, seperti pameran fotografi sejarah Yogyakarta dan diskusi budaya. Kegiatan tersebut mampu menarik pengunjung dari berbagai latar belakang

termasuk pengunjung yang ingin merasakan suasana kreatif dan budaya lokal. Selain itu, kegiatan tersebut juga memberikan ruang bagi seniman lokal untuk memamerkan karyanya dan berinteraksi langsung dengan pengunjung. Pemilik Kéne Coffee menyatakan bahwa terselenggaranya acara budaya dapat mendatangkan lebih banyak pengunjung yang ingin menikmati kopi, sekaligus pengunjung yang tertarik dengan budaya Jawa. Berikut adalah kutipan wawancaranya, "*Kami rutin setiap dua bulan sekali mengadakan acara seni dan budaya pameran fotografi sejarah Kota Yogyakarta. Pengunjung kami datang untuk menikmati kopi dan menyaksikan pameran fotografi tersebut. Acara ini juga kami jadikan wadah bagi teman-teman seniman lokal untuk menunjukkan karyanya dan sekaligus menambah daya tarik bisnis kami.*"

Kéne Coffee dan Cylo Kopi juga berfungsi sebagai tempat pertemuan bagi komunitas kreatif. Kedua *coffee shop* ini secara rutin menjadi tempat berkumpulnya komunitas seni dan musik di Yogyakarta. *Coffee shop* telah menciptakan ruang untuk pengunjung sehingga dapat terlibat langsung dengan komunitas kreatif melalui acara diskusi dan acara kolaboratif yang melibatkan seniman lokal, budayawan muda, dan pengunjung. Cylo Kopi sering mengadakan acara diskusi tentang nilai budaya Jawa dengan mendatangkan budayawan muda yang melibatkan komunitas

Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) fotografi dan videografi, serta pengunjung. Kegiatan tersebut dapat memberikan pengetahuan edukatif bagi pengunjung dan menciptakan ruang interaksi antara komunitas kreatif dan publik, serta memperkuat keterlibatan budaya lokal dalam kehidupan sehari-hari pengunjung. Seperti yang disampaikan oleh pemilik Cylo Kopi bahwa tujuan mengadakan acara diskusi budaya adalah untuk memberikan pemahaman edukatif bagi pengunjung, sekaligus menciptakan daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Harapannya adalah pengunjung yang datang dapat menikmati kopi dan belajar, serta merasakan nilai budaya lokal Yogyakarta secara langsung. Acara seni dan budaya yang diselenggarakan oleh kedua *coffee shop* tersebut juga digunakan sebagai media promosi bisnis untuk meningkatkan daya tarik dan membangun loyalitas pelanggan agar pengunjung datang kembali dan merekomendasikan kepada orang lain.

4.2. Partisipasi *Coffee Shop* dalam Melestarikan Budaya Lokal

Kéne Coffee dan Cylo Kopi memiliki peran dalam melestarikan budaya lokal melalui inisiatifnya yang berfokus pada penggunaan bahan lokal, penyelenggaraan diskusi budaya, dan kolaborasi dengan seniman dan budayawan lokal. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Kéne Coffee dan Cylo Kopi, serta pengunjung, acara seni dan budaya yang diselenggarakan

menunjukkan bahwa terdapat hal yang menarik perhatian pengunjung yang ingin mendapatkan pengalaman lebih dari sekadar wisata kuliner dalam menikmati kopi. Keempat informan pengunjung yang dilibatkan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa merasa lebih terhubung dengan budaya lokal ketika mengunjungi Kéne Coffee dan Cylo Kopi yang rutin menyelenggarakan acara budaya. Seperti yang disampaikan oleh Joe Islah (pengunjung Cylo Kopi) dalam kutipan wawancara berikut: *"Tempat ngopi disini mempunyai kombinasi kopi yang enak dan suasana budaya yang lekat, yang membuat saya betah di sini. Acara yang mereka adakan juga sangat menarik yang membuat saya ingin datang lagi."*

Kéne Coffee maupun Cylo Kopi menggabungkan elemen budaya lokal dalam desain interior dan menu yang ditawarkannya. Kéne Coffee menggunakan semua bahan lokal dari Yogyakarta untuk menciptakan menu yang khas, seperti kopi dari dataran tinggi Kota Yogyakarta dan makanan ringan tradisional Jawa. Sementara itu, Cylo Kopi memadukan elemen arsitektur tradisional Jawa dengan furnitur modern, sehingga dapat menciptakan suasana yang nyaman namun tetap mencerminkan identitas budaya lokal. Berikut adalah desain interior Cylo Kopi:



Gambar 1. Desain Interior Cylo Kopi
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Penggunaan konsep budaya lokal tersebut dapat menambah daya tarik bagi pengunjung dan berperan dalam melestarikan dan mempromosikan warisan budaya Yogyakarta. Dewi dkk. (2024), menemukan bahwa pengunjung *coffee shop* yang menawarkan elemen budaya lokal cenderung memiliki pengalaman yang lebih mendalam dan otentik yang dapat meningkatkan kualitas dan menambah daya tarik tersendiri. Berikut adalah tabel bahan baku lokal yang digunakan oleh Kéne Coffee:

Tabel 2. Bahan Baku Lokal Kéne Coffee

Bahan Baku	Asal Bahan	Kegunaan (Nama Produk)
Kopi	Lereng merapi	Bahan utama minuman kopi (<i>espresso, americano, kopi tubruk</i>)
Gula aren	Desa Turi, Kabupaten Sleman	Pemanis alami untuk minuman kopi dan tradisional
Singkong	Kabupaten Gunung	Makanan ringan tradisional (getuk,

	Kidul	singkong goreng)
Kelapa	Kabupaten Kulon Progo	Bahan pembuatan santan dan makanan ringan (klepon, gatot, dan tiwul)

4.3. *Coffee Shop* sebagai Data Tarik Pariwisata Budaya

Sejumlah *coffee shop* di Yogyakarta seperti Kéne Coffee dan Cylo Kopi telah menjadi daya tarik pariwisata budaya tersendiri bagi pengunjungnya. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, sebagian besar pengunjung datang ke *coffee shop* untuk menikmati sajian aneka menu minuman kopi, ingin merasakan pengalaman unik yang ditawarkan melalui kegiatan budaya, tertarik pada desain interior yang mencerminkan nilai lokal tempo dulu, dan ingin berinteraksi dengan komunitas kreatif. Daya tarik Kéne Coffee dan Cylo Kopi terletak pada kombinasi pengalaman kuliner dengan sentuhan budaya lokal yang mencakup penyajian menu berbahan baku lokal, desain interior yang memadukan elemen tradisional Jawa dengan konsep modern yang menjadi bagian dari spot foto yang *instagramable*, serta penyelenggaraan acara seni dan budaya serta diskusi budaya seperti pameran fotografi dengan tema bangunan berbudaya Yogyakarta, serta diskusi seni dengan budayawan muda.



Gambar 4.2 Spot Foto Instagramable
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Kéne Coffee dan Cylo Kopi juga menawarkan suasana yang nyaman dan ramah untuk semua kalangan pengunjung. Acara yang rutin diadakan seperti pameran seni dan diskusi budaya berhasil menarik perhatian pengunjung yang ingin berpartisipasi dalam kegiatan kreatif.

Partisipasi aktif *coffee shop* dalam kegiatan budaya dan interaksi dengan komunitas lokal telah berdampak positif bagi pariwisata budaya di Yogyakarta. Kéne Coffee dan Cylo Kopi menjadi contoh peran sektor kreatif dan pariwisata yang dapat bersinergi dengan baik untuk menciptakan pengalaman wisata yang unik dan berkelanjutan. *Coffee shop* menjadi bagian penting dalam ekosistem pariwisata budaya dengan menawarkan nilai tambah bagi pengunjung melalui kegiatan budaya dan keterlibatan komunitas kreatif. Dampak positif tersebut dapat dirasakan dengan nyata oleh pengunjung dan komunitas lokal yang mendapatkan ruang untuk mengekspresikan kreativitasnya dan mempromosikan budaya

lokal. Kolaborasi antara *coffee shop* dan seniman lokal serta budayawan muda dapat memperkaya program budaya dan menciptakan ruang untuk memperkenalkan karya seni yang berakar pada tradisi lokal. Keempat pengunjung yang dilibatkan dalam penelitian menyatakan bahwa dapat merasakan dampak positif dari acara yang diselenggarakan oleh Kéne Coffee dan Cylo Kopi melalui pameran fotografi sejarah Kota Yogyakarta dan diskusi budaya yang autentik dan mendalam, sehingga menjadi daya tarik tersendiri.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kéne Coffee dan Cylo Kopi telah berhasil menggabungkan elemen budaya lokal melalui kegiatan seni dan budaya, desain interior, dan menu yang berbahan baku lokal, sehingga menjadikannya sebagai ruang kreatif yang mendukung pariwisata budaya di Yogyakarta.
2. Acara seni dan budaya yang rutin diselenggarakan, seperti pameran fotografi dan diskusi budaya memberikan dampak positif bagi pengunjung dan memberikan ruang ekspresi kreatif serta dapat mempromosikan karya seni tradisional Kota Yogyakarta.
3. Partisipasi aktif Kéne Coffee dan Cylo Kopi dalam kegiatan budaya

menunjukkan bahwa sektor kreatif dan pariwisata dapat bersinergi untuk menciptakan daya tarik wisata yang unik dan berkelanjutan.

6. REFERENSI

- Adhitya, B. 2021. *Home Coffee Shop-Inspirasi Membangun Kedai Kopi Mungil di Teras Rumah*. Bima Adhitya.
- Basri, H., dan Subarjo, N. R. 2024. Pengaruh Citra Merek, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Coffee Shop di Forestree Coffee Transyogi). *Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 208-222.
- Damardjati, R.S. 2001. *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramit.
- Dash, S. P., dan Thilagam, N. L. 2023. "Creative placemaking": a conceptual model fostering social cohesion in community spaces within residential environments. *Creativity Studies*, 16(2), 541-564.
- Dewi, B. P., Hermawan, H., dan Afif, F. 2024. Generation Z and Coffee Tourism Trends: Preferences, Experiences, and Potential in Yogyakarta. *Gastronary*, 3(2), 82-94.
- Febrianti, A. R. 2022. *Tinjauan Aspek dan Potensi Pajak Penghasilan Sektor Usaha Coffee Shop di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Politeknik Keuangan Negara STAN).
- Ferreira, J., Ferreira, C., dan Bos, E. 2021. Spaces of consumption, connection, and community: Exploring the role of the coffee shop in urban lives. *Geoforum*, 119, 21-29.
- Hadi, W., dan Widyaningsih, H. 2020. Implementasi Penerapan Sapta Pesona Wisata Terhadap Kunjungan Wisatawan Di Desa Sambirejo Kecamatan Prambanan Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(2), 127-136.
- Haristianti, V., Raja, M. T. M., dan Putri, C. T. 2021. Analisis Faktor Kebetahan Pengunjung Coffee Shop Melalui Penilaian Kinerja Elemen Interior. Studi Kasus: Kafe dan Coffee Shop di Kawasan LRE Martadinata, Bandung. *Jurnal Arsitektur Zonasi*, 4(2), 196-209.
- Manurung, S. S., Mita, M. M., Lase, A., Azmi, C., Aisyah, S., dan Putriana, A. 2023. Sosialisasi Penerapan Paket Wisata Budaya Lokal Sebagai Atraksi Wisata Alternatif Di Desa Huta Tinggi Kabupaten Samosir. *ARDHI: Jurnal Pengabdian Dalam Negri*, 1(6), 59-70.
- Nisa, A., Widhiasti, M. R., dan Dewi, E. P. 2022. Indoor to outdoor: Transformation of coffee shops in Jakarta. *International Journal of Built Environment and Scientific Research*, 6(1), 17-32.
- Pangestu, P. 2024. *Perbedaan Burnout Pada Karyawan Coffee Shop Dan Non Coffee Shop Di Kota Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Fakultas Psikologi).
- Putri, J. A., Mistriani, N., Octafian, R., Setyaningtyas, M., Hibatullah, G. H., dan Hidayah, K. 2024. Pengaruh Partisipasi Masyarakat Dan Kearifan Lokal Terhadap Minat Berkunjung Di Desa Wisata Kandri Kota Semarang. *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 3(1), 21-30.
- Prianta, P. A., dan Sulistyawati, A. 2023. Cita Rasa Kuliner Generasi Z Bali Untuk Menyukseskan Program Pariwisata Budaya Berkelanjutan. *INSPIRE: Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 1(2), 113-131.
- Riswanto, A., Zafar, T. S., Sunijati, E., Harto, B., Boari, Y., Astaman, P., ... dan Hikmah, A. N. 2023. *EKONOMI KREATIF: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di*

Indonesia. PT. Sonpedia Publishing
Indonesia.

- Septeadi, A. 2023. *Analisis Strategi Pemasaran Syariah Pada Bisnis Food Truck Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Seyitoğlu, F., dan Alphan, E. 2021. Gastronomy tourism through tea and coffee: travellers' museum experience. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 15(3), 413-427.
- Siska, A., Sugiharto, F. B., dan Anwar, M. F. N. 2024. *Pewarisan Kearifan Lokal Tari Jonggan Suku Dayak Kanaytn di SDN 05 Seba Kalimantan Barat* (Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Tribhuwana Tunggaladewi).
- Sugiyanti, L., Dewi, R. S., dan Wijaya, I. S. 2023. Strategi Pengembangan Produk Inovatif Bagi UMKM Bima Cafe. *Masarin*, 1(3), 111-123.
- Suminto, M. A. 2018. *Identitas Kelas dalam Desain Visual Warung Kopi di Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Waruwu, M. 2023. Pendekatan penelitian pendidikan: metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.