

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan sebuah minuman yang memiliki aroma dan cita rasa khas. Kopi telah dikenal oleh semua orang dan disukai dari berbagai kalangan, baik kalangan muda maupun usia lanjut yang berasal dari berbagai penjuru dibelahan dunia termasuk di Indonesia. Di Indonesia sendiri, kopi merupakan produk unggulan dibidang perkebunan selain karet dan kelapa sawit. Kopi produksi Indonesia memiliki daya saing dipasar internasional (Nalurita, 2014). Hal tersebut membuktikan bahwa beberapa tahun belakangan ini perusahaan *Coffee Shop* mengalami peningkatan yang cukup baik. Hal ini membuat perusahaan *Coffee Shop* menciptakan pesaing yang begitu ketat.

Banyaknya *Coffee Shop* di Indonesia terutama di Bekasi membuat para pengusaha *Coffee Shop* harus memberikan nilai tambah terhadap produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen, terutama pada perubahan konsep bernuansa modern yang disesuaikan dengan gaya hidup konsumen saat ini. Maraknya fenomena *Coffee Shop* saat ini membuat orang pergi ke *Coffee Shop* tidak hanya untuk minum kopi melainkan untuk nongkrong, atau mengerjakan suatu pekerjaan, bersantai dengan teman, saudara dan juga keluarga (Herlyana, 2012).

Fenomena masyarakat Indonesia mengonsumsi kopi mengalami perkembangan pesat sejalan dengan perubahan pola hidup manusia yang mengarah kepada orientasi kepraktisan. Kebutuhan konsumsi kopi praktis menjadikan tumbuhnya industri pelayan pangan jenis *Coffee Shop* berkembang cepat. Aktivitas ngopi bergeser menjadi gaya hidup, sehingga peluang bisnis warung kopi menjadi peluang usaha yang berkembang. Pada awalnya konsumsi kopi hanya sebatas konsumsi pribadi dirumah-rumah, akan tetapi perkembangan zaman membawa perubahan dalam cara menikmati kopi (ngopi) menjadi aktivitas yang lebih interaktif dan menjadikan kopi sebagai salah satu kebutuhan yang harus terpenuhi setiap hari (Augusta, 2018).

Peneliti juga menemukan sumber seperti yang dilansir oleh Liputan 6.com. Biasanya *Coffee Shop* dikunjungi untuk sekadar kumpul-kumpul sambil ngobrol bersama teman,

menikmati kopi dan menikmati suasanaanya. Namun, kali ini sudah bermunculan *Coffee Shop* yang memiliki desain yang unik dan juga menarik untuk dijadikan tempat berfoto. Selain berfoto di tempat wisata yang terdapat taman kota, *Coffee Shop* menjadi salah satu tempat alternatif untuk bisa foto *hits* ala “*Selebgram*” zaman sekarang. Melihat realita yang terjadi ini tentu terdapat faktor-faktor yang melatar belakangi kaum muda memilih *Coffee Shop* sebagai tempat untuk menghabiskan waktunya (Herlyana, 2012).

Seperti sumber yang peneliti temukan yang telah dilansir oleh (Pergi Kuliner.com, 2021) Ada beberapa faktor yang membuat *coffee shop* lebih disukai kaum muda, PergiKuliner sudah merangkum alasan nya, Salah satu alasan *coffee shop* lebih disukai kaum muda adalah karena sudah menjadi gaya hidup di masyarakat khususnya kaum muda. Banyak kaum muda yang datang ke *coffee shop* bukan hanya untuk menikmati kenikmatan kopi, tapi juga karena ingin eksis dan tidak mau ketinggalan dari orang lain, terutama dari lingkungan nya. Tak jarang ada kaum muda yang memesan menu selain kopi seperti minuman cokelat karena mereka tidak suka atau tidak bisa minum kopi.

Terjadi fenomena *Coffee Shop* ini membuat adanya pandangan masyarakat terhadap nongkrong di *Coffee shop*, biasanya nongkrong di *Coffee shop* dipandang negatif karena dinilai membuang waktu percuma dengan melakukan hal-hal yang tidak produktif. Masyarakat khawatir dengan aktivitas nongkrong mahasiswa yang tak bermanfaat, padahal mahasiswa sendiri merupakan pembawa perubahan namun nongkrong di *coffee shop* dapat dinilai negatif ketika kita malah menggunakannya sebagai ajang pamer, menjadi lebih boros dan konsumtif, bergosip ,serta lalai dan tidak ingat waktu (Unsyiah.com, 2018)

Terdapat perubahan gaya penikmat kopi ini terjadi akibat perubahan tujuan dari minum kopi tersebut. Dahulu tujuan orang minum kopi hanya untuk menikmati secangkir kopi dan hanya untuk bersantai. Sedangkan yang terjadi di era milenial ini adalah adanya perubahan kebutuhan dari setiap individu dan berkembangnya gaya hidup masyarakat yang lebih mementingkan persaingan antar kelompok maupun individu yang mementingkan kebutuhan yang sebenarnya. Kebanyakan konsumen berminat membeli suatu produk hanya untuk menjaga penampilan agar lebih diakui dan diterima oleh lingkungannya. Menggunakan suatu produk yang sama dengan lingkungan dapat mempengaruhi tingkat harga diri pada kaum muda tersebut (Selvi & Ningrum, 2021).

Seperti sumber yang telah ditemukan oleh peneliti dibahas oleh (Intisari Online.com, 2013) Supaya bisa diterima lingkungan dan dianggap eksis, orang rela mengubah gaya hidupnya, namun, gaya hidup yang membutuhkan uang dalam jumlah yang tidak sedikit itu belum tentu mencerminkan kesejahteraan masyarakat, seperti ahli perencana keuangan independen dari ZAP Finance, misalnya, sering mendapati hal mengesankan setiap kali mendengar pengaduan kliennya mereka kerap mengeluh karena gaji bulanannya habis di tengah jalan dikarenakan gaya hidupnya yang terlalu tinggi, Prita bahkan berani mengatakan bahwa hal ini bukan hal baru bagi masyarakat.

Seperti yang telah dikatakan oleh (Susanto, 2013) Hedonisme mempunyai arti pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan gaya hidup (*lifestyle*) didefinisikan bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana mengalokasikan waktunya dan sebagainya (Astuti, R, P, 2016). Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal di sekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Gaya hidup hedonisme adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disukai, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian (Amstrong & Kotler, 2015). Gaya hidup hedonis dapat memberikan dampak yang negatif terhadap Individu, dimana dampak tersebut mengerucut pada 4 hal yaitu, tidak pernah merasa puas, terbiasa hidup boros, tertinggal dalam akademik, serta kehilangan jati diri (Febrianti, 2017). Kaum muda yang memiliki kecenderungan gaya hedonis tentu ada penyebabnya, salah satunya adalah konsep diri dari remaja itu sendiri. Menurut (Kotler, 2014) bahwa salah satu faktor internal yang mempengaruhi gaya hidup hedonis adalah konsep diri.

Menurut (Desmita, 2014) Konsep diri adalah gagasan tentang diri sendiri yang mencakup keyakinan, pandangan dan penilaian seseorang tentang dirinya sendiri. Konsep diri memiliki peran yang penting dalam kehidupan manusia. Konsep diri berperan sebagai alat evaluasi diri, konsep yang baik akan memberikan pengaruh yang baik dalam kehidupan, tak kecuali dalam kegiatan belajar, Konsep diri adalah pandangan seseorang dalam dimensi fisik, psikis, sosial, penilaian, pengharapan terhadap dirinya sendiri yang berasal dari pengalaman-pengalaman yang dia lakukan sehingga orang tersebut memiliki pandangan

tentang siapa dirinya dalam kenyataan, dan siapa dirinya menurut pikirannya, dan akan jadi apa dirinya menurut pemikirannya sendiri.

Peneliti telah melakukan survei awal menggunakan *google form* yang telah diisi oleh 33 responden kepada pengunjung *Coffee Shop CC* di Jati Cempaka Pondok Gede. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 10 Mei 2021 sampai dengan 14 Mei 2021. Dalam rentan usia 16-29 tahun. Responden dengan usia 16 tahun sebanyak 2 responden, usia 19 tahun sebanyak 3 responden, usia 21 tahun sebanyak 3 responden, usia 22 tahun sebanyak 8 responden, usia 23 tahun sebanyak 5 responden, usia 24 tahun sebanyak 2 responden, usia 25 tahun sebanyak 2 responden, usia 26 tahun sebanyak 3 responden, usia 27 tahun sebanyak 2 responden dan usia 29 tahun sebanyak 3 responden. Dengan responden laki-laki berjumlah 22 responden dan responden perempuan berjumlah 11 responden. Dengan responden berstatus bekerja ada 11 responden dan berstatus kuliah 22 responden. Hasil dari *google form* tersebut menyatakan bahwa 69,7% dari 33 responden sering berkunjung ke *Coffee Shop CC*. Artinya sebagian besar responden senang menghabiskan waktunya di *Coffee shop*. Lalu 51,5% dari 33 menyatakan responden pasti membeli makanan yang sedang tren di *Coffee shop CC*, artinya 51,5% dari 33 responden tidak ingin sampai ketinggalan trend pada variasi baru pada menu makanan. Kemudian, 84,8% 33 responden menyatakan bahwa lingkungan individu sangat mempengaruhi individu dalam mengikuti trend. Selanjutnya, 84,8% dari 33 responden mengunjungi *Coffee Shop* karena mencari tempat yang nyaman. Berikutnya, 72,7% dari 33 responden sangat memperhatikan penampilan ketika mengunjungi *Coffee Shop*, Kemudian, terdapat 33,3% dari 33responden enggan berkunjung ke *Coffee Shop* karna harganya yang mahal. Selanjutnya 81,8% dari 33 responden merasa senang jika berlama-lama di *Coffee Shop*.Terakhir, sebesar 66,7% 33 akan membuat *Instastory* (Cerita Instagram) ketika berada di *Coffee Shop*.

(Putrianti, 2015) Berdasarkan uraian yang dijelaskan di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara konsep diri dengan kecenderungan gaya hidup hedonisme. Semakin rendah konsep diri maka semakin tinggi kecenderungan gaya hidup hedonisme, sebaliknya semakin tinggi konsep diri maka semakin rendah kecenderungan gaya hidup hedonisme.

Penelitian yang dilakukan juga sejalan dengan hasil wawancara ke Head Barista di kedai kopi CC yang sudah bekerja hampir 3 tahun. Menurut hasil wawancara dengan seseorang yang bekerja sebagai Head Barista berinisial KP (22), menyatakan bahwa dikarenakan tempat tersebut berlokasi di daerah perumahan maka rata-rata pengunjungnya adalah pemuda yang berdatangan bersama dengan teman-temannya. Selain itu, mereka hanya datang untuk bersantai dan sekadar berkumpul bersama teman-temannya. Dikarenakan cukup besarnya relasi terhadap pengunjung, tak heran jika banyak sekali yang sering berbicara dengannya. Dari yang sekadar menanyakan menu favorit yang dipesan orang lain atau berapa lama ia belajar membuat kopi yang enak dan indah. Menurut KP sendiri faktor yang mempengaruhi pengunjungnya datang ke kedai kopi tempat ia bekerja adalah dari segi tempat *indoor* yang bebas dari asap rokok, adanya fasilitas wifi, dan harga kopi di kedai tempat ia bekerja sangat lah cocok untuk para pengunjung.

Penelitian ini juga mewawancarai beberapa pengunjung *Coffee Shop* CC di Pondok Gede. dalam wawancara CC 19 tahun berstatus mahasiswa, menyatakan bahwa dalam seminggu ia bisa satu kali berkunjung ke *Coffee Shop* dan berlama-lama dalam waktu 2 sampai 3 jam, biasanya kegiatan yang CC lakukan ketika berada di *Coffee Shop* hanya untuk bersenang-senang, ngobrol bersama teman menikmati kopi, sesekali mengerjakan tugas, selanjutnya CC menyatakan faktor yang membuat ia senang berlama-lama di *Coffee Shop* dikarenakan tempat nya yang nyaman dan interior yang menarik dan unik membuat CC tertarik untuk bersua foto kemudian adanya fasilitas wifi yang semakin membuat CC senang berlama-lama di *Coffee Shop*, yang membuat nya ingin kembali lagi ke *Coffee Shop* hanya untuk sekedar menikmati kopi nya dan berkumpul bersama teman-teman.

Kemudian dalam wawancara RY 22 tahun berstatus sebagai mahasiswa, menyatakan bahwa dalam seminggu ia bisa 4 sampai 5 hari berkunjung ke *Coffee Shop* dan berlama-lama dalam waktu 6 sampai 7 jam hanya untuk menikmati kopi kesukaan nya, dan berkumpul berlama-lama bersma teman-teman di *Coffee Shop* membuat RY semakin merasa di akui oleh kelompok nya, dalam wawancara ini RU juga mengatakan bahwa adajya pengaruh negatif untuk dirinya dikarenakan sering berlama-lama berada di *Coffee Shop* membuat waktu tidurnya tidak terarur dan ia juga merasa sedikit boros dikarenakan terlalu sering ia berlama-lama di *Coffee Shop*, Tetapi jika RU tidak berkunjung ke *Coffee Shop* membuat ia

merasa bosan karena selain di *Coffee Shop* tempat yang menyenangkan RY harus merasa kesepian berada dirumah dikarenakan orang tua RY sibuk bekerja.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pengunjung *Coffee Shop* rata-rata mengunjungi *Coffee Shop* karena adanya faktor yang mempengaruhi pengunjung rela mendatangi *Coffee Shop* adalah untuk menghilangkan kejenuhan didalam rumah atau hanya sekedar berkumpul dengan teman-temannya. Selain itu, faktor fasilitas juga menjadi penentu seperti kondisi tempat indoor yang bebas asap rokok, interior yang menarik dan unik membuat pengunjung tertarik untuk bersua foto. Tidak hanya itu, adanya fasilitas wifi dan harga kopi yang bersahabat membuat pengunjung merasa nyaman. Lalu, terlihat jelas adanya perilaku gaya hidup hedonis ketika pelanggan yang berkunjung mencari fasilitas dan hanya memikirkan kesenangannya saat mereka menanyakan menu variasi apa yang sedang hits di *Coffee Shop* membuat pengunjung tidak ingin kelihatan terkesan tidak ketinggalan tren.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Deliana, 2019) Adanya hubungan yang signifikan antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis yang di tunjukan oleh koefisien $R_{xy} = 0,867$ dengan signifikansi $p = 0,000$ berarti $p < 0,01$, artinya semakin tinggi Gaya Hidup Hedonis dalam keseharian maka konsep diri rendah. Namun yang menjadi perhatian peneliti adalah apakah kebiasaan ini menjadi dampak terhadap pola pikir dan tingkah laku kaum muda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu, “Adakah hubungan hubungan konsep diri dengan gaya hidup hedonis pelanggan remaja *Coffee Shop*”

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan tema yang sama baik harga diri maupun gaya hidup hedonis adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Almira Rizki Pontania, 2016) dengan judul “Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Siswa SMA Negeri 4 Surakarta”. Gaya hidup hedonis adalah pola hidup seseorang yang diwujudkan dalam suatu perilaku yang mengutamakan kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan utama hidup. Salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis adalah konsep diri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis, tingkat

konsep diri, tingkat gaya hidup hedonis, dan sumbangan efektif konsep diri terhadap gaya hidup hedonis. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan negatif antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis.

2. Peneliti selanjutnya dilakukan oleh (Flora Grace Putrianti, 2016) dengan judul "Hubungan Konsep Diri Dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswi Psikologi UST Yogyakarta". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan kecenderungan gaya hidup hedonisme mahasiswi Psikologi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara konsep diri dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswi.
3. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Ica Ridha Maristya, 2021) dengan judul "Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Pengguna Instagram." Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis pada mahasiswa pengguna instagram. Hipotesis dalam penelitian ini adalah "ada hubungan negatif antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis pada mahasiswa pengguna nstagram."
4. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Hendryanti Pratiwi, 2014) dengan judul "Hubungan Antara Konsep Diri dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta". Mahasiswa adalah calon penerus bangsa yang diharapkan mampu memberikan yang terbaik untuk bangsa dan juga mampu menyatukan serta menyampaikan pikiran dan hati nurani untuk memajukan bangsa. Pada kenyataannya mahasiswa zaman sekarang cenderung mengagung-agungkan kesenangan dan kenikmatan dalam menjalani hidup. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan kecenderungan gaya hidup hedonis mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hipotesis yang diajukan yaitu: Ada hubungan negatif antara konsep diri dengan kecenderungan gaya hidup hedonis pada mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Teknik pengambilan sampel yang unakan adalah Cluster random sampling yaitu melakukan random pada fakultas yang akan dikenai penelitian,

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan konsep diri dengan gaya hidup hedonis pelanggan remaja *Coffee Shop*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari hasil penelitian ini diharapkan agar memberikan pengetahuan dan wawasan kemudian mempermudah peneliti selanjutnya untuk menambah referensi dan juga dapat memberikan masukan baru pada kajian ilmu Psikologi, Khususnya Psikologi Sosial dimana dapat mempelajari suatu perilaku baik perilaku individu atau perilaku dalam masyarakat sosial yang terkait dengan Gaya Hidup Hedonis dengan Konsep Diri.

1.4.2 Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta memberikan informasi mengenai gaya hidup hedonis dengan konsep diri pelanggan *coffee shop*.

