

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Periode globalisasi merupakan tahap transformasi dunia yang telah memengaruhi semua bidang kehidupan. Tidak diragukan lagi bahwa dunia sekarang berbeda dengan di masa lalu. Gaya hidup manusia di masa depan juga akan mengalami perubahan tersebut. Kehidupan banyak orang telah diubah oleh modernisasi, dan evolusi kebutuhan manusia adalah dampak dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus meningkat seiring berjalannya waktu. Perkembangan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat memiliki keterkaitan yang erat dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Dalam periode waktu yang spesifik, modernisasi dapat menimbulkan suatu proses yang dikenal dengan istilah globalisasi, yaitu penyatuan berbagai pengelompokan manusia menjadi satu. Globalisasi melibatkan penyebaran kebiasaan internasional, pengembangan hubungan lintas benua, pengaturan kehidupan sosial dalam skala global, serta munculnya kesadaran global bersama. Pengertian modernisasi memang berjalan seiring dengan globalisasi dalam hal transformasi masyarakat, yang berimplikasi bahwa manusia harus bertindak sesuai dengan harapan masyarakat global. Efek globalisasi melampaui perubahan pola perilaku masyarakat dan berdampak pada bidang politik, ekonomi, teknis, dan sosial budaya juga.

Orang-orang tampaknya memiliki kesempatan untuk mengekspresikan identitas mereka di mata dunia berkat globalisasi. Negara-negara saling bekerja sama untuk mencari keuntungan satu sama lain, dan mereka terus-menerus mengejar kesepakatan di pasar global dalam upaya meningkatkan ekonomi mereka. Dari sudut pandang ini, globalisasi tampaknya sangat mengharapkan perkembangan dan transformasi, akan tetapi kita jangan melupakan fakta bahwa globalisasi juga menciptakan sejumlah peluang budaya yang disertai dengan tantangan dan perubahan.

Empat kekuatan besar yang memengaruhi perubahan masyarakat dilibatkan oleh masalah mengenai globalisasi. Dalam Nanang Martono, Ohmae mengacu pada konsep *4i* yang mencakup investasi (*investment*), industri (*industry*), teknologi informasi (*information technology*), dan konsumen individu (*individual consumer*). Kami tunjukkan bahwa keempat hal tersebut adalah aspek-aspek kebijakan ekonomi yang dipengaruhi oleh globalisasi. Sebagai contoh, kenyataan bahwa berbagai macam produk bebas keluar masuk dari negara lain telah menyebabkan terbentuknya individu-individu yang konsumtif di seluruh penduduk dunia sebagai akibat dari dampak perluasan pasar yang sangat besar dan lebar.

Banyak kita jumpai kafe di berbagai kota yang ada di Indonesia sekarang ini. Saat ini kita ketahui kafe-kafe sudah mulai banyak berkembang di berbagai daerah mulai dari pusat kota hingga sudah memasuki ke pedesaan. Hampir bisa kita temui di setiap tempat orang-orang nongkrong di kafe/*coffe shop*. Dengan bermunculan kafe-kafe menciptakan macam-macam konsep yang menarik dan juga ditunjang dengan beragam pilihan menu makanan dan minuman yang siap saji

dan membuat eksistensi kafe semakin banyak digemari oleh kalangan remaja/anak muda. Berkembangnya kafe-kafe yang ada di berbagai daerah, salah satunya banyak yang memicu para remaja dalam berperilaku gaya hidup konsumtif dan hedonis. Nongkrong di kafe menjadikan diri para remaja lebih mengenal akrab, gaul, dan banyak yang menghabiskan waktu serta aktivitasnya di kafe sehingga di dalam berteman terdapat sebuah label prestise yang dianggap mereka sebagai identitas sosial.

Tuntutan gaya hidup pun meningkat seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia. Gaya hidup seseorang mencakup seperti apa mereka mengisi keseharian mereka, hal apa yang mereka pentingkan di lingkungan dan hobi mereka, dan bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri dan lingkungan mereka. Gaya hidup konsumtif yang mengesampingkan produktif adalah gaya hidup yang dianggap meresahkan. Perilaku dan gaya hidup konsumtif membawa kesenangan dan kepuasan bagi tubuh dan pikiran. Namun, gaya hidup konsumtif mempunyai dampak negatif pada "kesehatan finansial" entah Anda menyadarinya atau tidak. Anda mungkin mengatakan bahwa menjalani gaya hidup konsumtif adalah pemborosan. Meskipun hal itu sendiri dapat dilihat sebagai melampaui apa yang diperlukan.

Jean Baudrillard (Astuti, 2012, hlm. 430), seorang filsuf Prancis berpendapat bahwa *"ciri masyarakat konsumen adalah keadaan di mana masyarakat menciptakan 'konsumsi' sebagai pusat kehidupan; dibentuk oleh konsumsi, hidup dari konsumsi, dan merupakan masyarakat dengan semangat yang selalu ingin mengonsumsi."* Dalam masyarakat konsumen, orang sering

menghabiskan banyak uang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak diproduksi untuk kebutuhan dasar. Sebagai masyarakat, mereka ingin menginvestasikan sejumlah besar uang dalam beberapa produk yang kurang diprioritaskan, seperti yang ditunjukkan dalam iklan, sementara mengabaikan prioritas penting lainnya, seperti kesehatan, pendidikan, bantuan kelaparan, dan sebagainya.

Masyarakat sekarang dihadapkan pada isu-isu yang berkaitan dengan waktu senggang selain perubahan yang melibatkan masyarakat yang konsumtif. Seseorang merasa lelah saat melakukan tugas sehari-hari karena tingginya tingkat aktivitas dan pergeseran budaya yang terjadi. Penduduk perkotaan kemudian akan mulai mencari hiburan untuk menghilangkan kebosanan mereka dari aktivitas khusus, seperti pergi ke mal, berbelanja, nongkrong, dan bersantai bersama teman-teman mereka di kafe.

Menjamurnya kafe-kafe kini mulai menjadi pemandangan umum. Bahkan kafe semakin marak di berbagai kalangan karena banyak disebut-sebut, termasuk *coffe shop*. Ada konsep dan tujuan tertentu yang terkait dengan pendirian kafe. Misalnya, berbagai tema yang diiringi musik, harga yang wajar, dan daftar makanan yang mencakup nuansa tradisional hingga modern menjadi daya tarik utama, terutama bagi kaum muda.

Hal tersebut kian membuktikan ketertarikan masyarakat yang tinggi terhadap keberadaan kafe, karena semakin menjamurnya kafe secara tidak langsung menunjukkan minat pasar terhadap keberadaan kafe. Bukan tanpa alasan, peningkatan jumlah kafe/*coffe shop* ini dibarengi dengan adanya pergeseran

budaya dalam mengonsumsi kopi. Terlepas dari banyaknya anggapan bahwa *coffee shop* hanya tren semata, nyatanya ‘ngopi’ di kedai dan gerai kopi tersebut malah menjadi kebiasaan baru di zaman serba modern ini. Menjamurnya *coffee shop* ini jelas bukan tren semata, tapi menjadi tanda adanya pergeseran gaya hidup dalam menikmati kopi. Kafe/*Coffe shop* sendiri dinilai memiliki suasana tersendiri yang mampu membuat pembelinya merasa nyaman seakan di rumah kedua bahkan tak jarang banyak yang berkunjung ke kafe untuk menyelesaikan pekerjaan karena kafe dirasa mampu meningkatkan produktivitas. Meningkatnya tingkat konsumsi kopi juga tidak terlepas dari gaya hidup masyarakat urban yang gemar berkumpul. Dapat dibilang prospek bisnis kafe/*coffe shop* di masa mendatang masih sangat menjanjikan. Namun, apakah ini memang akan berlangsung lama atau hanya sekedar tren yang akan bertahan beberapa tahun saja.

Salah satunya adalah fenomena hadirnya kafe di Kabupaten Hulu Sungai Utara, dimana anak muda mulai melirik keberadaan kafe. Kafe-kafe di daerah ini pada umumnya seringkali menjadi tempat tatap muka atau “tempat ketiga”, entah itu bersama keluarga, teman, atau mitra kerja. Terlihat jelas bahwa bukti ini semakin berdampak pada bagaimana anak muda di kota ini menghabiskan waktu mereka, termasuk waktu nongkrong mereka. Hal ini diakui menjadi salah satu jenis kebutuhan globalisasi yang secara signifikan memengaruhi kualitas hidup masyarakat. Salah satunya adalah kebutuhan akan sosialisasi komunal. Kehidupan masyarakat mulai berubah akibat kemajuan zaman. Salah satunya adalah kecenderungan kelompok tertentu untuk nongkrong di kafe yang menjadi simbol gaya hidup modern.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data yang terkait dengan kafe di Kabupaten Hulu Sungai Utara yang biasanya dikunjungi oleh para anak muda. Berikut adalah tabel yang berisi data beberapa kafe yang ada di Kabupaten Hulu Sungai Utara:

Tabel 1.1 Data Beberapa Kafe/Coffe Shop di Kabupaten Hulu Sungai Utara

| No | Cafe/Coffe Shop | Alamat |
|----|--|---------------------------------------|
| 1 | Amunthai Thea | Palampitan Hulu, Amuntai Tengah, HSU |
| 2 | Buncue Kopi | Kebun Sari, Amuntai Tengah, HSU |
| 3 | Café House RR | Kebun Sari, Amuntai Tengah, HSU |
| 4 | Dapoer Nyopee Amuntai | Palimbangan, Haur gading, HSU |
| 5 | Depot Maknyus Family with Sailendra Ponsel | Kebun Sari, Amuntai Tengah, HSU |
| 6 | Es Teh Indonesia | Kebun Sari, Amuntai Tengah, HSU |
| 7 | Evcaha Center | Kebun Sari, Amuntai Tengah, HSU |
| 8 | Hello Thai Tea | Sungai Malang, Amuntai Tengah, HSU |
| 9 | Kah'veh | Kebun Sari, Amuntai Tengah, HSU |
| 10 | Kedai Kopi | Waringin, Haur Gading, HSU |
| 11 | Kedai Sejuta Cerita | Antasari, Amuntai Tengah, HSU |
| 12 | Kopi Janji Jiwa | Kebun Sari, Amuntai Tengah, HSU |
| 13 | Kopi Kah | Kebun Sari, Amuntai Tengah, HSU |
| 14 | Nugien Caffé | Sungai Karias, Amuntai Tengah, HSU |
| 15 | OH Coffe Amuntai | Sungai Malang, Amuntai Tengah, HSU |
| 16 | QS Café | Sungai Karias, Amuntai Tengah, HSU |
| 17 | Raden Coffe & Resto | Kota Raden Hilir, Amuntai Tengah, HSU |
| 18 | Twins Coffe | Kebun Sari, Amuntai Tengah, HSU |
| 19 | Warkop Paman Budi | Tambak Sari Panji, Haur Gading, HSU |
| 20 | Warung Fadi Café | Kebun Sari, Amuntai Tengah, HSU |
| 21 | Warung Kopi Amuntai Selatan | Telaga Sari, Amuntai Selatan, HSU |
| 22 | Warung Kopi Izhar | Tambak Sari Panji, Haur Gading, HSU |
| 23 | Warung Kopi TSP | Tambak Sari Panji, Haur Gading, HSU |
| 24 | ZVR Cafe & Resto | Sungai Malang, Amuntai Tengah, HSU |
| 25 | 6 Degress Café | Kebun Sari, Amuntai Tengah, HSU |

Berdasarkan data tersebut, ternyata hanya beberapa kafe saja yang ramai dikunjungi oleh mahasiswa. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan survei pada kafe yang sering dikunjungi oleh para anak muda di Kabupaten Hulu Sungai Utara,

yaitu Cafe House RR yang beralamat di Kebun Sari, Amuntai Tengah, Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan, dengan kode pos 71414.

Selain dipadati anak muda, keunggulan kafe ini antara lain desain interiornya yang khas dan memikat, ketersediaan jaringan internet yang cukup stabil, daftar makanan dan minuman yang beragam dan nikmat, harga yang wajar, dan pelayanan yang ramah dan cepat kepada pengunjung. Karena lokasinya yang menguntungkan dan manfaat tambahan lainnya, kafe ini sangat populer di kalangan anak muda.

Menariknya kafe tersebut sudah berdiri lama. Kurang lebih 7 tahun. Tapi sampai sekarang masih ramai dikunjungi. Kebanyakan kafe di Kabupaten Hulu Sungai Utara hanya berkembang pesat saat awal didirikan.

Keadaan anak muda di Kabupaten Hulu Sungai Utara yang dulunya jarang nongkrong di kafe, kini mereka lebih sering menghabiskan waktu di kafe. Mayoritas masyarakat terpengaruh oleh budaya kafe. Manusia secara tidak langsung menjadi makhluk konsumtif akibat mengikuti budaya menghabiskan waktu dan uang, bersosialisasi, dan berkomunikasi.

Yang akan dikaji peneliti adalah gaya hidup anak muda khususnya anak muda di kabupaten Hulu Sungai Utara. Bagaimana perilaku mereka dari perspektif teori konsumsi dalam Ekonomi Islam.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan kepada:

1. Bagaimana perilaku konsumen (pengunjung) Cafe House RR di Kabupaten Hulu Sungai Utara?
2. Apa faktor pembentuk gaya hidup anak muda pengunjung Cafe House RR di Kabupaten Hulu Sungai Utara?
3. Bagaimana analisis perilaku konsumen pengunjung Cafe House RR dalam perspektif teori konsumsi ekonomi Islam di Kabupaten Hulu Sungai Utara?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin diperoleh melalui penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui perilaku konsumen (pengunjung) Cafe House RR di Kabupaten Hulu Sungai Utara.
2. Untuk mengetahui faktor pembentuk gaya hidup anak muda pengunjung Cafe House RR di Kabupaten Hulu Sungai Utara.
3. Untuk mengetahui analisis perilaku konsumen pengunjung Cafe House RR dalam perspektif teori konsumsi ekonomi Islam di Kabupaten Hulu Sungai Utara.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Kajian ini hendaknya dapat memberikan pemahaman baru terhadap beberapa isu sosial akademik, yaitu yang berkaitan dengan dampak *coffee shop* dan kafe terhadap gaya hidup anak muda.

2. Manfaat Praktis

Anak muda dapat memanfaatkan ketersediaan kafe dan *coffe shop* sebaik mungkin, dan mereka dapat mengembangkan kreativitas mereka dan mengenali peluang yang terinspirasi oleh kafe.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional berguna sebagai panduan untuk membantu peneliti mempersempit fokus mereka dan mencegah kesalahpahaman dan kesalahan ketika menafsirkan judul dan topik yang diteliti. Peneliti akan menggunakan definisi operasional berikut:

1. Fenomena

Fenomena adalah rangkaian peristiwa serta bentuk keadaan yang dapat diamati dan dinilai lewat kaca mata ilmiah atau lewat disiplin ilmu tertentu.

2. Kafe

Kafe adalah suatu tempat yang digunakan untuk meluangkan waktu bersama teman atau keluarga. Tipe restoran yang menyajikan makanan yang tidak terlalu berat seperti kue, roti, puding dan sebagainya adalah tipe dari kafe masa kini, kafe mengutamakan suasana hiburan, kenyamanan, dan rileks bagi konsumen, sehingga tempat duduk yang disediakan lebih nyaman dengan musik yang enak didengar. Yang akan diteliti disini adalah Cafe House RR yang terletak di Kabupaten Hulu Sungai Utara

3. Anak Muda

Yang dimaksud peneliti disini adalah anak muda di Kabupaten Hulu Sungai Utara yang berusia 18-21 tahun.

4. Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Konsumsi pada dasarnya adalah mengeluarkan sesuatu dan tentunya untuk mendapatkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dalam Islam mengonsumsi perlu pemikiran matang serta dalam membuat suatu keputusan harus tepat dalam menjalankannya karena tanpa hal tersebut akan membuat seorang muslim dapat kecewa akan apa yang telah ia konsumsi. Oleh karena itu dalam konsumsi Islam disebut dengan masalah. Dalam penelitian ini, pembahasan mengenai konsumsi dalam Islam tidak akan terlepas dengan masalah, tujuan Islam dalam melakukan segala kegiatan sehari-harinya.

5. Gaya Hidup

Dalam konteks ini, gaya hidup seseorang dapat didefinisikan sebagai pola perilaku mereka yang terkait langsung dengan aktivitas, minat, dan persepsi mereka terhadap suatu hal atau situasi.

F. Kajian Terdahulu

Peneliti telah menemukan banyak temuan penelitian yang telah dibuat berdasarkan fenomena yang akan diteliti, antara lain:

Menurut Herlyana (2012) dalam jurnal penelitiannya yang berjudul "*Fenomena Coffe Shop sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*", sebagian

anak muda cenderung mengutamakan cara hidup yang seringkali terfokus pada barang-barang, materi, dan kemakmuran. Hal ini terlihat dari pertumbuhan kafe yang menjadi akibat dari popularitas tren minuman kopi seperti latte dan cappuccino, yang berdampak pada pergeseran tempat konsumsi kopi dalam gaya hidup anak muda. Bagaimana lingkungan berubah, menawarkan kopi kekinian, dan tentunya menarik minat berbagai kalangan yang berdampak pada kehidupan anak muda. Kesamaan dalam studi ini berpusat pada pengalaman dan petunjuk kaum muda tentang gaya hidup mereka. Namun, perbedaannya penelitian ini dianalisis dari teori konsumsi dalam ekonomi Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh salendra (2014) dengan judul "*Coffe Shop as a Media for Self-Actualization Today's Youth*" berusaha menunjukkan bahwa media aktualisasi diri bagi remaja saat ini adalah budaya nongkrong di kafe atau *coffe shop*. Dalam konteks ini, aktualisasi diri remaja ketika berada di kafe atau *coffe shop* dapat mengambil berbagai bentuk, salah satunya adalah melalui update status atau membagikan foto di media sosial mereka agar dikenal oleh banyak orang. Pengenalan diri remaja sering kali didapatkan melalui penyesuaian dengan tren yang ada, seperti budaya nongkrong di kafe atau *coffe shop*. Kesamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus perilaku remaja yang populer, yaitu nongkrong di kafe atau *coffe shop* sebagai pilihan mereka untuk bersenang-senang. Namun, perbedaannya terletak pada lokasi penelitian yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Risky Dwi Purnamasari pada tahun 2018 dengan judul "*Analisi Pengaruh Gaya Hidup Pengunjung Kafe terhadap Keputusan Pembelian dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kafe Sama-*

sama, Bandar jaya, Lampung Tengah)”. Penelitian ini merupakan analisis yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup pengunjung kafe terhadap keputusan pembelian, dengan mempertimbangkan perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini fokus pada hubungan antara gaya hidup pengunjung kafe dan keputusan pembelian mereka, dengan mempertimbangkan prinsi-prinsip ekonomi Islam. Perbedaan utama dengan penelitian sebelumnya adalah metodenya. Penelitian ini menganalisis gaya hidup anak muda ditinjau dari teori konsumsi ekonomi Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Imroatus Muawanah pada tahun 2019 dengan judul “*Fenomena Maraknya Coffe Shop sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda di Kota Metro (Studi pada mahasiswa IAIN Metro)*” membahas tentang gaya hidup mahasiswa IAIN Metro terkait dengan maraknya *coffe shop* dalam perspektif ekonomi Islam, dengan menggunakan gaya hidup AIO (*Activities, Interest, Opinion*). Penelitian ini dilakukan di kafe Warunk Viral dan Susi Cafe & Resto di Kota Metro, dengan target sampel yang merupakan pelanggan khususnya mahasiswa IAIN Metro. Sementara itu, penelitian yang akan dilakukan memiliki objek dan lokasi penelitian yang berbeda. Penelitian akan dilakukan di Cafe House RR dan melibatkan anak muda di kabupaten Hulu Sungai Utara.

G. Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan yang direkomendasikan untuk penelitian ini:

Bab I adalah pendahuluan pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, kajian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian yakni teori tentang konsumsi, gaya hidup, dan perilaku konsumen.

Bab III adalah metode penelitian pada bab ini disajikan informasi secara deskriptif tentang metode penelitian dilaksanakan variabel penelitian dan metode analisis.

Bab IV merupakan penyajian data dan analisis. Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan berupa gaya hidup anak muda terhadap maraknya kafe di Kabupaten Hulu Sungai Utara serta analisis mengenai perilaku anak muda dalam pandangan ekonomi Islam.

Bab V merupakan penutup, dalam bab ini mengungkapkan simpulan dan saran atas dasar penelitian.