

## DAYA TARIK SAUCIKO SEBAGAI COFFEE TOURIST ATTRACTION DI BEKASI

Nova Yudha Andriansyah Putra <sup>1</sup>, Ida Zuniarti <sup>2</sup>, Lia Mazia <sup>3</sup>

Universitas Nusa Mandiri

[Nova.Noy@nusamandiri.ac.id](mailto:Nova.Noy@nusamandiri.ac.id) <sup>1</sup>

[ida.idz@nusamandiri.ac.id](mailto:ida.idz@nusamandiri.ac.id) <sup>2</sup>

[lia.lmz@nusamandiri.ac.id](mailto:lia.lmz@nusamandiri.ac.id) <sup>3</sup>

### Abstrak

Bekasi merupakan salah satu kota yang terdapat di wilayah Provinsi Jawa Barat. Kota ini merupakan bagian dari Metropolitan Jabodetabek dan menjadi kota satelit dengan jumlah penduduk terbanyak se-Indonesia. Saat ini Kedai Kopi tak hanya sebagai tempat bertualang menikmati secangkir kopi nikmat, tetapi sebagai media tempat bertemu manusia lain dan berbagi kisah yang belum tentu didapatkan di tempat lain. Studi ini mempergunakan metode analisis deskriptif, yaitu dengan mengumpulkan beragam data dan berkembang melalui media baru, yaitu internet. Berbagai informasi yang berkembang tentang *Sauciko* dipergunakan untuk mendeskripsikan *Sauciko* dan dianalisis sesuai dengan pisau analisis yang digunakan, misalnya berita yang berkembang di website, liputan di Youtube, dan testimoni di blog. Dengan ini penulis tertarik untuk mengkaji tentang daya tarik Sauciko sebagai *Coffee Tourist Attraction* di Bekasi.

**Keywords:** Daya Tarik, *Tourist Attraction*

### PENDAHULUAN

Bekasi merupakan salah satu kota yang terdapat di wilayah Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Nama Bekasi dilansir dalam Wikipedia berasal dari kata bagasasi yang artinya sama dengan candrabaga yang tertulis di dalam Prasasti Tugu era Kerajaan Tarumanegara, yaitu nama sungai yang melewati kota ini. Kota ini merupakan bagian dari Metropolitan Jabodetabek dan menjadi kota satelit dengan jumlah penduduk terbanyak se-Indonesia. Saat ini Kota Bekasi berkembang menjadi tempat tinggal kaum urban dan sentra industri.

Bekasi menjadi kota yang nyaman dikunjungi oleh anak muda, banyaknya tempat kedai kopi dan tempat nongkrong untuk para remaja yang tidak kalah dengan kedai kopi di Jakarta. Fenomena banyaknya *coffee shop* atau *cafe* di Bekasi yang menjadi kesukaan anak muda zaman sekarang merupakan hal yang bisa dijadikan peluang bisnis. Hal ini sudah menjadi kebiasaan anak muda masa kini untuk nongkrong di *cafe* agar terlihat tidak ketinggalan zaman, dan membuat perkembangan kedai kopi di Bekasi cukup pesat dan menjadi faktor pendukung banyaknya kedai kopi yang ada di kota ini.

Selain itu, *coffee shop* di Bekasi juga menjadi salah satu incaran tempat berburu kopi enak untuk para teman pecinta kuliner khususnya mereka yang memang merupakan pecinta kopi. Selain cita rasa kopi yang begitu enak, kedai kopi di Bekasi juga memberikan beberapa suasana yang nyaman sehingga siapapun akan betah untuk berlama-lama tidak hanya menikmati kopi, bahkan bekerja, dan mungkin mengerjakan tugas kuliah.

Pariwisata menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan pembangunan nasional. Pariwisata mempunyai peranan yang sangat penting baik di masa kini maupun di masa yang akan datang. Salah satu kebutuhan industri pariwisata yang menjanjikan adalah kebutuhan akan kuliner. (Yudha et al., 2022)

Saat ini kedai kopi tidak hanya sebagai tempat bertualang menikmati secangkir kopi nikmat, tetapi sebagai media tempat bertemu manusia lain dan berbagi kisah yang belum tentu kamu dapatkan di tempat lain. Kedai kopi sebagai tempat *meeting* bahkan *dealing* bisnis dan berbagai macam kegiatan lainnya yang sudah menuai perkembangan zaman.

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang begitu luas terhadap perekonomian dan berbagai bidang lain, dan tidak terkecuali pariwisata. Pembatasan sosial berdampak pada sepiya bagaimana kedatangan wisatawan, bahkan beberapa saat

ini pariwisata sempat benar-benar terhenti. Hal ini mengakibatkan berbagai macam usaha terkait yang pariwisata mengalami penurunan bahkan gulung tikar. Salah satu usaha yang terdampak adalah pedagang angkringan di mana berhubungan dengan kerumunan orang banyak yang dapat terdampak covid-19.

Ada satu hal menarik di mana ada sebuah kedai kopi justru membuka awal di tengah pandemik Covid-19. Sauciko adalah singkatan dari Saung Cikunir & Kopi. Rumah makan yang terletak di Jalan Raya Cikunir ini menghadirkan konsep dermaga, saung, dan tempat kopi bersama. Memiliki pemandangan alam di tengah kota, menjadikan Sauciko berbeda.

Ami Kaino terbilang nekat membuka usaha *coffee shop* di tengah pandemi. Namun, ia bisa membuktikan, jika kedai kopi bernuansa alamnya berhasil memikat konsumen. Hal tersebut yang menjadikan penulis tertarik dalam menulis karya ilmiah ini.

Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2019, wisata merupakan sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dengan maksud untuk mendapatkan kesenangan, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan tempat dengan cara mengunjungi suatu daya tarik

wisata baik yang dilakukan oleh seseorang maupun sekelompok orang.

Daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu baik berupa ciptaan Tuhan maupun hasil karya manusia yang memiliki keunikan, keindahan, dan makna tertentu sehingga menarik minat orang untuk berkunjung dan menikmati keberadaannya (Sugiarto, 2016). Menurut pakar lain, daya tarik wisata merupakan sesuatu yang dapat menarik seseorang menuju ke suatu destinasi dan merupakan alasan utama bagi seseorang yang melakukan kegiatan pariwisata, yakni ada sesuatu yang bisa dilihat, sesuatu yang bisa dikerjakan, atau sesuatu yang bisa dibeli (Soekadijo, 2000).

Berdasarkan buku milik (Kesrul.M, 2014), terdapat empat aspek yang harus saling terkait dan melengkapi untuk terciptanya kegiatan pariwisata, diantaranya ialah:

1. *Attraction*, daya tarik yang akan ditawarkan oleh pariwisata
2. *Accessible*, akses untuk menuju lokasi pariwisata harus dapat dijangkau oleh transportasi dengan mudah
3. *Amenities*, fasilitas akomodasi, komunikasi, makanan minuman, dan hiburan yang disediakan oleh pariwisata sebagai daya tarik wisata.

4. *Ancillary*, lembaga pariwisata yang berfungsi untuk menciptakan rasa aman, kondusif dan kepuasan para wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan kondisi Desa Wisata diantaranya terdapat beberapa potensi desa dan fasilitas yang masih belum dikembangkan dan belum memadai seperti kurangnya fasilitas protokol kesehatan, *foodcourt* dan outlet cinderamata dan juga kegiatan promosi yang masih kurang karena belum memaksimalkan promosi di media sosial dengan maksimal sehingga kegiatan wisata masih belum berjalan dengan optimal apabila potensi tersebut dikembangkan dapat menjadi salah satu daya tarik bagi Desa Wisata Kopi. Pola pengembangan Desa Wisata juga perlu dilakukan dengan mengikutsertakan kelompok masyarakat setempat dalam setiap kegiatannya, karena objek wisata yang ada sebagian besar dikelola dan dikembangkan oleh kelompok masyarakat itu sendiri. Masyarakat desa juga sebagai objek yang memposisikan diri sebagai fasilitator untuk menciptakan suasana yang menunjang kegiatan masyarakat yang diharapkan dapat mendukung keberhasilan pembangunan desa wisata. Partisipasi atau peran masyarakat sangat penting dan mempengaruhi kegiatan pengembangan desa wisata karena

masyarakatlah yang membentuk desa wisata (Suciati & Afkarina, 2021).

Daya tarik wisata yang unggul dan berkualitas merupakan faktor kunci yang menentukan motivasi wisatawan untuk berwisata, serta sebagai alasan fundamental yang menjadi pertimbangan mengapa seseorang memilih satu destinasi (Ritchie, 2003).

Damanik dan Weber (Damanik, 2016) menekankan pentingnya keaslian dalam menentukan kualitas daya tarik wisata, baik dari segi originalitas, maupun otentisitasnya. Kualitas daya tarik merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan dan loyalitas wisatawan dalam berwisata alam, sedangkan loyalitas dalam dimensi bisnis merupakan aspek yang menjamin keberlanjutan bisnis. Maka kunci dari keberlanjutan destinasi wisata alam terletak pada sejauh mana kemampuan manajemen mengelola daya tarik wisatanya (Hermawan, 2016).

Daya tarik wisata terdiri dari tata alam, masyarakat, dan hasil binaan. Dari ketiganya, ada beberapa unsur yang dapat dikembangkan secara khusus, sehingga disebut daya tarik wisata minat khusus (Darsoprajitno, 2002).

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengetahui karakteristik wisatawan,

apakah bertipe *allocentric* atau *psychocentric*. Karena wisatawan *allocentric* cenderung akan mengabaikan fasilitas wisata, mereka lebih membutuhkan ketersediaan atraksi dan wahana yang menantang jiwa petualangnya (Brahmanto et al., 2017).

Dengan ini penulis tertarik untuk mengkaji tentang daya tarik *Sauciko* sebagai *Coffee Tourist Attraction* di Bekasi.

## METODE

Studi ini mempergunakan metode analisis deskriptif, yaitu dengan mengumpulkan beragam data dan berkembang melalui media baru, yaitu internet. Berbagai informasi yang berkembang tentang *Sauciko* dipergunakan untuk mendeskripsikan *Sauciko* dan dianalisis sesuai dengan pisau analisis yang digunakan, misalnya berita yang berkembang di website, liputan di Youtube, dan testimoni di blog termasuk wikipedia, dengan pertimbangan karena tulisan wikipedia juga dari penulis yang berasal dari *Sauciko*, artinya tulisan yang berasal di blog maupun Wikipedia juga berasal dari opini masyarakat dan akan menyebar informasi ini kepada pembacanya (dalam hal ini konsepnya seperti konsep *marketing mouth to mouth*).

Fokus dari studi ini adalah mengeksplorasi beragam informasi terkait *Sauciko*.

Informasi ini berarti bahwa nantinya berkontribusi dalam membangun *city branding* sebuah daerah/kota. Peneliti melakukan observasi dengan melihat secara langsung pada saat pergi ke warung kopi. Sebagai kerangka teori, fokus penelitian ini pada daya tarik dan *tourist attraction* untuk branding apa yang dapat dipertimbangkan sebagai rekomendasi bagi *Sauciko*. Branding memiliki banyak keuntungan, termasuk mengurangi resiko pembelian konsumen, membangun kewaspadaan dengan mengkomunikasikan pesan konsisten, menyemangati untuk mendorong konsumen datang kembali dan menumbuhkan kelayakan dan asosiasi dengan kota dengan identitas unik (Bonita, 2006).

Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memperoleh gambaran deskriptif yang lebih luas terhadap fenomena yang diamati (Moleong, 1995). Pendekatan kualitatif juga dipandang mampu menggali pemaknaan yang lebih mendalam terhadap fenomena-fenomena (Creswell, 1994). Fenomena yang dimaksud mengenai potensi daya tarik wisata *Sauciko*.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

#### **Potensi Daya Tarik Sauciko**

Ami Kaino terbilang nekat membuka usaha *coffee shop* di tengah pandemi virus corona (covid-19). Ide pertama kali yang digagas olehnya, sebenarnya adalah membuka resto dengan konsep saung. Lebih lanjut Kaino juga menjelaskan bahwa rencana awal membuka Saung Cikunir adalah untuk mengejar *market* di bulan puasa. Akan tetapi, rencana itu harus tertunda karena pandemi.

Setelah pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di Bekasi usai, dan sejumlah *coffee shop* boleh buka dengan protokol kesehatan, Kaino akhirnya memutar otak membuat *Sauciko Coffee*. Berawal ketika dia juga sempat bosan saat nongkrong di *coffee shop* yang suasana urban dan berada di ruko. Akhirnya, muncullah ide membuat *Sauciko Coffee* dengan konsep *outdoor*. *Sauciko* adalah singkatan dari Saung Cikunir & Kopi. Rumah makan yang terletak di Jalan Raya Cikunir ini menghadirkan konsep dermaga, saung, dan tempat kopi bersama. Memiliki pemandangan alam di tengah kota, menjadikan *Sauciko* berbeda.

Memanfaatkan lahan kosong, Kaino membangun saung-saung agar terkesan menarik dengan suasana alam terbuka. Lahan yang sangat luas menjadi daya tarik *Sauciko*

yakni dengan pemandangan alam. Areanya satu komplek dengan kolam pemancingan, kedai kopi, pujasera, dan restoran sunda. Bebas pilih tempat duduk, kecuali di saung untuk resto. Properti unik kaya delman, becak sama kapal jadi hiburan tersendiri buat keluarga, terutama yang bawa anak.



Gambar 1. Suasana Sauciko  
Sumber website Sauciko,  
<https://sauciko.com/>

1. *Attraction*, daya tarik yang akan ditawarkan oleh *Sauciko* adalah Saung Cikunir Kopi. Dari saung kopi merambah ke hidangan beraneka ragam masakan, diantaranya Gurami saus kecombrang, Sop iga, dan ayam bekakak. Masakan Saung *Sauciko* ini dengan chef Hotel Berbintang 5. Adapun kopinya hasil racikan Barista Sunda juara nasional tahun 2016. Saung yang ada di Cikunir ini dengan menyuguhkan hidangan makanan dan minuman Nusantara dengan nuansa alam yang indah dan sejuk.

Pemilik atau *owner* dari *Sauciko* adalah Kaino, seorang lulusan akademi di

Amerika. Dalam usaha wisatanya *Sauciko* menyuguhkan nuansa santai, nyaman, murah terjangkau masyarakat dengan tempat yang asri yang cocok buat acara presentasi, rapat, reunian, keluarga seperti *wedding*, arisan dan temu kangen. *Sauciko* dalam menyajikan dan memanjakan pengunjung dengan memberikan hiburan organ tunggal dengan irama melodi, lagu-lagu Pop, dangdut, dan campursari. Alunan musik menambah nuansa santainya lebih mengena ke pengunjung untuk bersantai bersama keluarga, relasi, teman sahabat sambil menikmati hidangan dan minuman yang terjangkau kantong pengunjung.

*Sauciko* sangat cocok untuk kumpul-kumpul dengan keluarga/kerabat, tempatnya terbilang luas untuk yang suka fotografi di sini sangat cocok karena sangat *intragamable* dengan pemandangan alam. Areanya satu komplek dengan kolam pemancingan, kedai kopi, pujasera, dan restoran sunda. Diramu oleh *Chef* yang berpengalaman, dan diracik oleh Barista yang ahli, menu *Sauciko* bervariasi dari makanan khas tradisional suasana saung dan kopi yang kekinian.

*Sauciko* menyediakan Ruang VIP dengan fasilitas AC, proyektor, *sound system* yang dapat digunakan untuk rapat kantor, presentasi bisnis, pertemuan keluarga, dan

lainnya. Pilihan menu dan harga spesial paket khusus dapat diperoleh untuk kebutuhan ini.



Gambar 2. Daftar Menu Minuman Sauciko  
Sumber website Sauciko, <https://sauciko.com/>



Gambar 3. Variasi Menu makanan  
Sumber website Sauciko, <https://sauciko.com/>



Gambar 4. Variasi Menu Makanan  
Sumber website Sauciko, <https://sauciko.com/>

transportasi dengan mudah. Sebagai tempat yang berlokasi dekat dengan Ibukota, tepatnya *Sauciko* terletak pada Jl. Cikunir Raya No.88, RT.004/RW.001, Jaka Mulya, Kec. Bekasi Sel., Kota Bks, Jawa Barat 17146. Kemudahan akses ini menjadikan daya tarik tersendiri untuk pengunjung yang tidak hanya bisa menikmati kopi di *Sauciko* tetapi dapat melakukan aktivitas lain seperti pertemuan kantor, rapat, atau berkumpul rekan bisnis karena jalan menuju lokasi *Sauciko* dapat dilalui kendaraan roda empat. Aksesibilitas merupakan salah satu unsur pariwisata yang sangat berperan dalam membentuk kualitas produk wisata keseluruhan.

## PENUTUP

Daya tarik wisata yang unggul serta berkualitas merupakan faktor kunci yang menentukan dalam motivasi wisatawan untuk berwisata, serta sebagai salah satu alasan fundamental yang menjadi pertimbangan seseorang memilih suatu destinasi. Daya tarik juga sangat menentukan atau berpengaruh kepuasan dan loyalitas wisatawan yang akan berdampak secara ekonomi terhadap keberlanjutan destinasi wisata. Dengan daya tarik yang dimiliki *Sauciko* dapat menarik wisatawan untuk dapat berkunjung tidak hanya menikmati kopi tetapi juga dapat

melakukan aktivitas lain sehingga penulis menyimpulkan sangat menarik untuk menjadi daya tarik sebuah kedai kopi dengan *attraction* atau daya tarik yang disuguhkan oleh *Sauciko* ditambah lagi akses yang terbilang mudah dan juga dekat dengan kota DKI Jakarta ini menambah nilai lebih dari *Sauciko*.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bonita, K. M. (2006). *Tourism Marketing for Cities and Towns*. Elsevier.
- Brahmanto, E., Hermawan, H., & Hamzah, F. (2017). Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari Sebagai Daya. *Jurnal Media Wisata*, 15(2), 588–600.
- Creswell, J. W. (1994). *Research Design—Qualitative, Quantitative, and Mixed Method*. SAGE Publications.
- Damanik, J. dan W. H. F. (2016). *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*. Diterbitkan atas Kerjasama Pusat Studi Pariwisata (PUSPAR) Universitas Gadjah Mada dan Penerbit Andi.
- Darsoprajitno, S. (2002). *Ekologi Pariwisata*. Angkasa.
- Hermawan, H. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Pariwisata*, No 1, 3, 105-117.
- Kesrul.M. (2014). *Kepariwisataan*. Mitra Waca Media.
- Moleong, L. (1995). *Metode Penelitian*. Remaja Rosda Karya.
- Ritchie, J. R. B. dan G. I. C. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Cabi. <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/10.1079/9780851996646.0000>
- Soekadijo, R. G. (2000). *Anatomi pariwisata: memahami pariwisata sebagai “systemic linkage.”* Gramedia Pustaka Utama.
- Suciati, L. P., & Afkarina, I. (2021). Daya Tarik dan Partisipasi Kelompok Masyarakat Desa Wisata Kopi Sidomulyo Kabupaten Jember. *Journal of Tourism and Creativity*, 5(2), 79. <https://doi.org/10.19184/jtc.v5i2.27502>
- Sugiarto, E. (2016). *Pengantar Ekowisata*. Khitah Publishing.
- Yudha, N., Putra, A., & Widyarini, A. (2022). *Menangani Kebersihan Area Kitchen dan Kelengkapan Alat-Alat Memasak di Hotel Best Western Premier*. 01(1), 18–21.