

Nyarik Kopi di Tabanan Bali: Estetika, Otentisitas, dan Digital Engagement sebagai Daya Tarik Wisata Modern

Randhi Nanang Darmawan¹, Saroh Fitriani²

^{1,2}Program Pascasarjana Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Bali, Indonesia

e-mail: ¹darmawan.24013@student.unud.ac.id, ²fitriani.24015@student.unud.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji fenomena *Nyarik Kopi* sebagai wisata kuliner yang menjadi daya tarik wisata modern berbasis estetika dan otentisitas lokal di Tabanan, Bali. Dengan memadukan keindahan lanskap pedesaan seperti hamparan sawah, pegunungan, dan gemericik air parit dengan inovasi konsep usaha menggunakan sepeda motor klasik, *Nyarik Kopi* menawarkan pengalaman wisata yang unik dan autentik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi lapangan, wawancara mendalam, dan analisis media sosial untuk mengidentifikasi keunggulan, peran *digital engagement*, serta tantangan operasional yang dihadapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan estetika dan otentisitas lokal menjadi daya tarik utama, sementara inovasi konsep usaha memperkuat identitas bisnis sekaligus meningkatkan daya saing. Peran *digital engagement* melalui media sosial, terutama Instagram, menjadi elemen kunci dalam promosi, membangun komunitas digital, dan memperluas jangkauan pasar. Di sisi lain, tantangan operasional, seperti ketergantungan pada cuaca dan keterbatasan logistik, dapat diatasi melalui strategi adaptif, termasuk fleksibilitas operasional dan sistem *pre-order*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kolaborasi antara estetika lokal, inovasi usaha, teknologi digital, dan manajemen tantangan operasional dapat menjadi model pengembangan pariwisata kreatif berbasis keberlanjutan. Hasil ini memberikan kontribusi pada literatur pariwisata modern, sekaligus menjadi referensi strategis bagi pelaku usaha serupa di sektor pariwisata berbasis pengalaman.

Kata kunci :

Digital Engagement; Estetika Lokal; Inovasi Usaha, Nyarik Kopi; Otentisitas

ABSTRACT

This study examines the phenomenon of Nyarik Kopi as a culinary tourism attraction that serves as a modern tourism destination rooted in local aesthetics and authenticity in Tabanan, Bali. By combining the natural beauty of rural landscapes—rice fields, mountains, and clear irrigation streams—with an innovative business concept using modified classic motorcycles, Nyarik Kopi offers a unique and authentic tourism experience. This research employs a descriptive qualitative method through field studies, in-depth interviews, and social media analysis to identify its strengths, the role of digital engagement, and operational challenges. The findings indicate that local aesthetics and authenticity are the main attractions, while the innovative business concept strengthens the brand identity and enhances competitiveness. Digital engagement, particularly through Instagram, plays a crucial role in promotion, building digital communities, and expanding market reach. Meanwhile, operational challenges, such as dependency on weather conditions and logistical limitations, can be addressed through adaptive strategies, including operational flexibility and a pre-order system. This study concludes that the synergy between local aesthetics, business innovation, digital technology, and operational management can serve as a model for sustainable creative tourism development. These findings contribute to the modern tourism literature and provide strategic insights for similar ventures in experience-based tourism.

Keywords :

Authenticity; Business Innovation; Digital Engagement Local Aesthetics, Nyarik Kopi

A. PENDAHULUAN

Bali, sebagai salah satu destinasi wisata terpopuler di dunia, telah menghadapi tantangan serius akibat fenomena overtourism, di mana jumlah wisatawan yang membludak melebihi kapasitas daya dukung lingkungan dan infrastruktur (Shafiee, 2024). Fenomena ini telah menyebabkan berbagai dampak negatif, seperti kemacetan lalu lintas, penurunan kualitas lingkungan, dan terkikisnya nilai-nilai budaya lokal di kawasan-kawasan wisata utama seperti Canggu, Kuta, Seminyak, Sanur, dan Ubud. Kondisi ini menimbulkan urgensi untuk mengembangkan alternatif wisata yang tidak hanya mengurangi tekanan pada destinasi-destinasi utama, tetapi juga memperkenalkan pengalaman wisata yang lebih berkelanjutan, autentik, dan berbasis komunitas

lokal. Kabupaten Tabanan muncul sebagai Kabupaten di Bali yang menawarkan konsep wisata berbasis pedesaan, dengan mengedepankan keindahan alam, budaya tradisional, dan keberlanjutan sebagai daya tarik utama, salah satunya adalah pariwisata modern kekinian yang dimulai oleh generasi muda saat ini.

Pariwisata modern mengalami transformasi signifikan dengan munculnya tren wisata berbasis pengalaman yang mengedepankan nilai estetika, otentisitas budaya, dan keberlanjutan (Raveendran, 2024). Wisatawan masa kini tidak hanya mencari destinasi indah tetapi juga pengalaman yang memadukan interaksi langsung dengan tradisi lokal dan penggunaan teknologi digital (Fitriani et. al, 2024). Dalam konteks ini, *Nyarik Kopi* di Tabanan, Bali, menjadi contoh menarik dari inovasi wisata

berbasis tradisi lokal. Dengan memadukan panorama sawah, nilai otentik budaya Bali, dan promosi digital, konsep ini mencerminkan daya tarik wisata modern dan ekonomi kreatif yang relevan dan berkelanjutan di era digital.

Terletak di Jalan Subak Bangkyang Sidem, Desa Babahan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan atau sekitar 1 jam 30 menit berkendara dari Kota Denpasar dengan hamparan subak dan pegunungan jadi pemandangan gratis bagi pengunjung yang datang untuk bersantai menikmati suasana pagi atau sore hari. Tempatnya yang berada di dataran tinggi jadikan tempat ini miliki hawa yang sejuk dan dingin, terlebih menikmati matahari terbit atau menjelang matahari terbenam.

Meskipun pariwisata modern terus berkembang, studi tentang integrasi estetika, otentisitas, dan keterlibatan digital dalam membentuk daya tarik wisata masih terbatas. Model wisata berbasis pengalaman seperti *Nyarik Kopi* di Tabanan, Bali, menawarkan fenomena unik yang mencerminkan tren masa kini, namun belum banyak dianalisis secara akademis. Konsep ini menunjukkan potensi besar dalam menghubungkan tradisi lokal dengan teknologi digital, namun masih sedikit dipahami bagaimana elemen-elemen tersebut berkontribusi secara bersamaan terhadap keberhasilan destinasi wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana estetika, otentisitas, dan keterlibatan digital secara bersamaan membentuk daya tarik *Nyarik Kopi* di Tabanan, Bali. Secara khusus, penelitian ini akan menganalisis kontribusi ketiga elemen tersebut terhadap keberhasilan konsep wisata ini dalam menarik minat wisatawan. Selain itu, penelitian ini berupaya untuk memahami bagaimana *Nyarik Kopi* dapat meningkatkan pemahaman tentang pariwisata berbasis pengalaman dan berkelanjutan serta dampaknya terhadap ekonomi lokal dan promosi budaya tradisional Bali, khususnya daerah Tabanan.

Meskipun penelitian tentang wisata berbasis pengalaman semakin berkembang, integrasi antara estetika, otentisitas, dan digital engagement dalam menciptakan daya tarik wisata masih jarang dijadikan fokus utama. Sebagian besar studi sebelumnya cenderung memisahkan elemen-elemen tersebut, tanpa mempertimbangkan bagaimana ketiganya saling berinteraksi dalam membentuk keberhasilan suatu destinasi. Selain itu, model seperti *Nyarik Kopi* yang menggabungkan tradisi lokal dengan promosi digital, belum banyak dijadikan objek penelitian mendalam, sehingga memberikan celah untuk kontribusi ilmiah yang lebih terperinci mengenai fenomena ini.

Penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan menggabungkan tiga elemen penting dalam pariwisata modern yaitu estetika, otentisitas, dan *digital engagement* dalam konteks daya tarik wisata berbasis pengalaman. Konsep *Nyarik Kopi* di

Tabanan menjadi contoh inovatif yang mengintegrasikan tradisi lokal dengan teknologi digital, memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang pariwisata berbasis keberlanjutan. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai peran media digital dalam mempromosikan budaya tradisional, sekaligus memperkaya literatur pariwisata yang berfokus pada pengembangan destinasi berbasis pengalaman dan keberlanjutan. Meningkat fenomena *overtourism* di Bali serta kemacetan dimana-mana, sehingga penelitian ini perlu dilakukan sebagai suatu daya tarik modern berbasis estetika dan otentisitas didaerah pedesaan kabupaten Tabanan yang masih belum tergerus perkembangan globalisasi seperti di area Bali lainnya.

B. METODE PENELITIAN

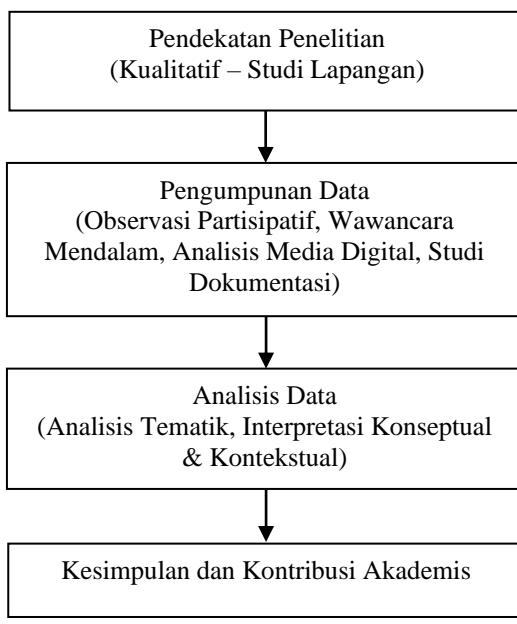
Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan desain studi lapangan di *Nyarik Kopi*, Tabanan, Bali. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam fenomena estetika lokal, otentisitas narasi, dan strategi keterlibatan digital sebagai daya tarik wisata modern. Studi lapangan memungkinkan peneliti mengamati langsung aktivitas keseharian serta interaksi antara pengelola dan pengunjung di lokasi, sehingga data empiris kontekstual tentang pengalaman wisata dan lingkungan budaya dapat diperoleh secara komprehensif.

Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, analisis konten media digital, serta dokumentasi visual dan lisan. Dalam observasi partisipatif, peneliti turut serta dalam aktivitas di *Nyarik Kopi*, misalnya menikmati sajian kopi dan mengikuti ritual budaya lokal, serta secara sistematis mencatat suasana dan pengalaman pengunjung. Wawancara mendalam dilakukan dengan tiga kelompok informan utama: pemilik usaha *Nyarik Kopi*, pengunjung (wisatawan lokal maupun mancanegara), dan perwakilan Pemerintah Desa Babahan. Informan dipilih secara purposive untuk mewakili sudut pandang yang relevan; wawancara bersifat semi-terstruktur untuk menggali persepsi, motivasi, dan kisah pribadi terkait estetika serta otentisitas tempat ini. Selain itu, analisis konten media digital mencakup pengumpulan data dari platform daring milik *Nyarik Kopi* (misalnya media sosial) dan ulasan pelanggan di *Google Review* maupun *Instagram*, dengan tujuan memahami citra online serta narasi publik tentang *Nyarik Kopi*. Dokumentasi tambahan berupa foto atau video suasana, elemen desain fisik, dan dokumen pendukung (misalnya materi promosi atau catatan lapangan) juga dikumpulkan sebagai data komplementer.

Data yang terkumpul dianalisis melalui analisis tematik. Setelah transkripsi wawancara dan penataan catatan observasi, peneliti melakukan pengkodean terbuka untuk mengidentifikasi tema-

tema utama yang muncul. Proses ini bersifat iteratif: tema yang diidentifikasi ditinjau ulang dan disempurnakan secara berkala. Pendekatan interpretasi data dilakukan pada dua level: konseptual, yaitu menautkan temuan dengan kerangka teori yang relevan dan kontekstual, yakni mempertimbangkan latar sosial dan budaya masyarakat setempat. Fokus analisis dititikberatkan pada tiga aspek utama: estetika lokal (bagaimana elemen desain fisik dan suasana Nyarik Kopi merefleksikan budaya Bali), narasi otentik (kisah dan simbol budaya yang diangkat dalam pengalaman pengunjung), dan strategi keterlibatan digital (cara pemanfaatan media sosial serta platform online untuk menjalin interaksi dengan pengunjung). Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan konten digital demi meningkatkan validitas temuan.

Hasil analisis tematik tersebut selanjutnya dikaitkan dengan teori pariwisata berbasis pengalaman dan konsep keterlibatan digital dalam konteks pariwisata modern. Melalui pengaitan ini, peneliti menempatkan temuan lapangan dalam kerangka teori yang lebih luas untuk menggambarkan bagaimana estetika lokal dan narasi otentik Nyarik Kopi berperan dalam menciptakan pengalaman wisata yang bermakna. Hubungan antara temuan dan teori juga mengungkap peran keterlibatan digital dalam memperkuat strategi promosi dan interaksi pengunjung yang sejalan dengan prinsip pariwisata berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena di Nyarik Kopi, tetapi juga memberikan kontribusi akademis pada studi pariwisata berkelanjutan melalui pemahaman mendalam tentang sinergi antara estetika lokal, otentisitas budaya, dan inovasi digital dalam destinasi wisata modern. Berikut ini diagram langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini.



C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tentang Nyarik Kopi

Menikmati kopi di kafe mungkin telah menjadi aktivitas yang lazim dalam kehidupan modern. Namun, menikmati secangkir kopi di tengah alam terbuka dengan latar pemandangan matahari terbenam menawarkan pengalaman yang berbeda dan bernilai tinggi. Nyarik Kopi menghadirkan konsep yang berbeda dari bisnis kopi lainnya, yaitu menjual kopi menggunakan sepeda motor klasik yang telah dimodifikasi untuk mendukung aktivitas penyajian dan penjualan kopi. Konsep ini terinspirasi dari praktik penjual kopi keliling di Jakarta, namun dipadukan dengan suasana pedesaan Bali yang menawarkan pengalaman mewah di tengah lanskap sawah. Dengan strategi promosi yang konsisten melalui media sosial, Nyarik Kopi mampu menarik hingga 200 pengunjung setiap harinya.

"Pas pertama kali mungkin bisa dibilang viral di media sosial, akun Nyarik Kopi banyak yang lihat, Tapi kita gak tau ternyata kita nerima pelanggan sebelumnya kan sedikit-sedikit. Tiba-tiba datang mungkin sampai 200 orang" Ungkap Heri selaku pemilik dan pelaku usaha Nyarik Kopi.

Nyarik Kopi menawarkan beragam pilihan menu kopi yang dapat disesuaikan dengan preferensi pengunjung, serta minuman lain yang melengkapi variasinya. Selain itu, sajian makanan tradisional khas Tabanan, seperti jajan lalak, serta aneka hidangan rebus, termasuk jagung, edamame, kacang, dan ubi, turut menjadi daya tarik kuliner yang autentik. Operasional Nyarik Kopi bersifat fleksibel karena lokasinya yang berada di ruang terbuka, dengan jadwal yang disesuaikan dengan kondisi cuaca. Informasi terkait waktu dan lokasi mangkal dapat diakses melalui akun Instagram resmi mereka, @Nyarikkopi. Pada sore hari, tempat ini cenderung semakin ramai dengan pengunjung yang ingin menikmati suasana matahari terbenam sambil menikmati kopi dan kudapan khas yang disediakan.



Gambar 2. Potret Nyarik Kopi di Tabanan, Bali
(Sumber: <https://www.instagram.com/nyarikkopi>, 2024)

Berdasarkan gambar 2, terlihat suasana pagi di lokasi Nyarik Kopi, merupakan kombinasi elemen alami seperti udara segar, pemandangan yang

menenangkan, dan konsep usaha yang unik menjadikan tempat ini sebagai daya tarik yang ideal untuk wisatawan yang mencari pengalaman otentik di tengah pedesaan. Lokasi ini mencerminkan perpaduan estetika tradisional Bali dengan daya tarik kuliner modern yang sedang berkembang sehingga menjadi suatu wisata alternatif di tengah gempuran kemacetan kota dan beberapa akses menuju destinasi wisata di Bali.

Keunggulan Estetika dan Otentisitas Lokal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Nyarik Kopi* memanfaatkan potensi estetika alam pedesaan secara optimal sebagai daya tarik utama. Lanskap persawahan yang hijau, pemandangan pegunungan yang megah, udara segar, serta suara gemericik parit menciptakan suasana yang mendukung terciptanya pengalaman wisata berbasis alam. Suasana ini sejalan dengan konsep place attachment, di mana pengunjung merasakan keterikatan emosional dan kepuasan mendalam terhadap destinasi wisata. Penekanan pada elemen otentisitas lokal diperkuat melalui penyajian kuliner khas, seperti jajanan lalak khas Tabanan, serta aneka hidangan rebus, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumsi wisatawan tetapi juga merepresentasikan warisan budaya lokal.

Pendekatan ini mencerminkan strategi untuk mengintegrasikan nilai budaya sebagai suatu identitas ke dalam pengalaman berwisata dalam konteks wisata kuliner, yang menurut Everett dan Aitchison (2008) dapat meningkatkan daya tarik destinasi melalui pembentukan narasi budaya yang autentik. Pengalaman wisata semacam ini berkontribusi pada penciptaan apa yang disebut sebagai *creative placemaking*, yakni pemanfaatan elemen lokal untuk menciptakan ruang yang menarik secara estetis, emosional, dan fungsional (Richards, 2021). Dengan demikian, *Nyarik Kopi* tidak hanya menjadi tempat rekreasi, tetapi juga berfungsi sebagai ruang interaksi sosial dan budaya yang memperkaya persepsi wisatawan terhadap keunikan Bali.

Selain itu, keunggulan estetika dan otentisitas yang ditawarkan *Nyarik Kopi* memungkinkan penerapan konsep *transformative tourism*, di mana pengalaman wisata memberikan dampak jangka panjang pada perspektif dan perilaku pengunjung (Kunwar & Ulak, 2024). Hal ini sejalan dengan penelitian Vitrianto (2023), dimana suasana natural yang ditawarkan menginspirasi kesadaran akan pentingnya keberlanjutan lingkungan dan apresiasi terhadap kearifan lokal. Oleh karena itu, pendekatan *Nyarik Kopi* dapat dianggap sebagai model inovatif yang memadukan nilai estetika, budaya, dan ekologi untuk menciptakan destinasi wisata yang tidak hanya menarik, tetapi juga bermakna secara sosial dan ekologis.

Inovasi Konsep Usaha

Nyarik Kopi berhasil mengimplementasikan konsep inovatif yang memadukan unsur nostalgia, kepraktisan, dan kekhasan lokal dalam bentuk usaha

kuliner keliling. Penggunaan sepeda motor klasik yang dimodifikasi menjadi kendaraan untuk berjualan kopi merupakan representasi dari kreativitas dalam memanfaatkan sumber daya yang ada, sekaligus menciptakan daya tarik visual yang berbeda dari usaha kuliner pada umumnya. Konsep ini mencerminkan prinsip *creative economy* yang ditekankan oleh Howkins (2001), di mana inovasi lokal memiliki kekuatan untuk menghasilkan nilai tambah baik secara ekonomi maupun sosial.

Lebih dari sekadar alat untuk berjualan, sepeda motor klasik yang digunakan oleh *Nyarik Kopi* berperan penting sebagai simbol identitas usaha yang mengedepankan nilai estetika dan keunikan dalam setiap aspeknya. Keberadaan sepeda motor ini tidak hanya menarik perhatian secara visual, tetapi juga menjadi elemen pembeda yang memperkuat citra bisnis sebagai usaha kreatif yang menggabungkan tradisi dengan inovasi modern. Desain klasik yang khas, dipadukan dengan fungsionalitas sebagai gerai kopi keliling, menciptakan daya tarik emosional yang mendalam bagi pengunjung. Sepeda motor ini secara tidak langsung menyampaikan narasi yang kuat tentang keaslian dan dedikasi dalam memberikan pengalaman unik, sehingga meninggalkan kesan yang mendalam dan membangun loyalitas pelanggan terhadap usaha tersebut. Dengan demikian, sepeda motor klasik ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana operasional, tetapi juga sebagai ikon yang merepresentasikan keunggulan nilai budaya lokal yang dihadirkan melalui konsep bisnis yang inovatif.



Gambar 3. Heri dengan Motor Honda Prima Klasik
(Sumber: <https://www.instagram.com/nyarikkopi>, 2024)

Fenomena ini juga di dukung oleh penelitian Cemporaningsih, el al. (2020) yang menyebutkan bahwa kopi Kledung dan keseinan Bansari adalah klaster ekonomi kreatif dengan pengelolaan yang cukup baik di antara klaster lain yang menjadi poros pengembangan pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah.

Selain itu, Usrah dan Kembaren (2024) dalam penelitiannya memberikan sudut pandang tambahan bahwa fenomena wisata kuliner kopi cukup berkembang di Indonesia pasca pandemi covid-19, hal ini menjadi transformasi di era milenial terutama dalam usaha ekonomi kreatif yang mengedepankan diversifikasi produk. Berdasarkan hal tersebut *Nyarik Kopi* yang menjadi viral 2 tahun terakhir mengusung konsep yang berbeda dengan kafe pada umumnya dan tetap mengedepankan estetika dan otentisitas lokal dipadukan dengan pemasaran yang menarik melalui media sosial.

Dalam konteks ini, *Nyarik Kopi* memanfaatkan kekuatan konsep *experiential marketing* yang dikemukakan oleh Schmitt (1999), yang menyatakan bahwa pengalaman unik yang ditawarkan oleh suatu produk atau jasa dapat menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan konsumen. Penggunaan sepeda motor klasik, yang sebelumnya hanya digunakan untuk tujuan transportasi, diubah menjadi media promosi yang membawa unsur nostalgia sekaligus modernitas, menciptakan koneksi emosional yang mendalam dengan pengunjung, khususnya mereka yang mencari pengalaman otentik yang berbeda dari tren komersial yang lebih besar.

Lebih jauh lagi, inovasi konsep usaha ini berperan penting dalam menciptakan *distinctive competitive advantage*, seperti yang dijelaskan dalam teori Porter, (1985) tentang keunggulan kompetitif berbasis diferensiasi. Dengan mengusung konsep kopi keliling yang ramah lingkungan, *Nyarik Kopi* tidak hanya menonjolkan keunikan dalam cara berjualan, tetapi juga memberikan pengalaman yang mengedepankan keberlanjutan dan keseimbangan antara modernitas dan alam. Hal ini menciptakan dimensi tambahan pada daya tarik wisata, di mana pengunjung tidak hanya menikmati kopi, tetapi juga merasa bagian dari sebuah gerakan yang mengedepankan keberlanjutan dan budaya lokal.

Konsep inovatif ini juga mendorong pengembangan *local entrepreneurship* yang mampu merespons dinamika pasar sekaligus mempertahankan karakteristik budaya lokal. Pengelola *Nyarik Kopi* telah berhasil menciptakan suatu model usaha yang menggabungkan elemen-elemen tradisional dengan pendekatan bisnis yang kreatif dan adaptif terhadap kebutuhan pasar kontemporer. Oleh karena itu, *Nyarik Kopi* dapat dianggap sebagai contoh bagaimana inovasi lokal dapat menjadi pendorong utama bagi pengembangan sektor pariwisata yang berbasis pada kearifan lokal dan daya tarik otentik.

Peran Digital Engagement

Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memainkan peran krusial dalam membangun citra dan meningkatkan keterlibatan pengunjung terhadap *Nyarik Kopi*. Platform digital ini tidak hanya berfungsi sebagai alat

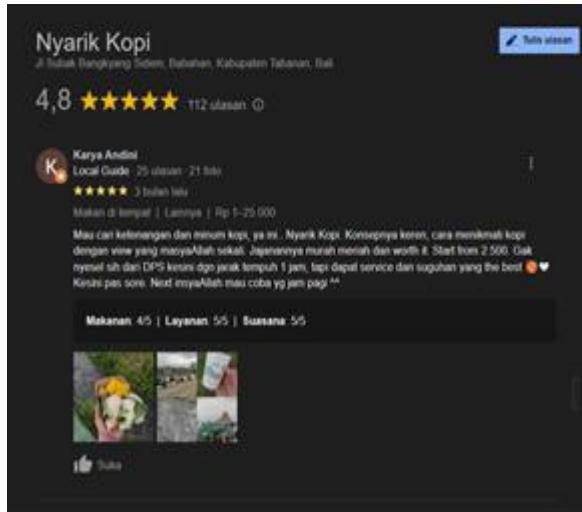
promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun komunitas yang terhubung secara emosional dengan tempat tersebut. Hal ini mencerminkan konsep *digital storytelling* oleh Alexander (2017) yang menekankan bahwa narasi visual yang dibangun melalui gambar dan video dapat menciptakan hubungan emosional yang kuat antara pengunjung dan suatu tempat. *Nyarik Kopi* memanfaatkan platform ini untuk memamerkan tidak hanya produk kopi, tetapi juga pengalaman unik yang ditawarkan seperti suasana alam, keindahan pemandangan, hingga interaksi pengunjung yang menikmati kopi sambil merasapi keindahan alam Bali.

Melalui pendekatan ini, *Nyarik Kopi* berhasil membangun sebuah *digital brand community*, sebuah konsep yang diuraikan oleh Muniz and O'Guinn (2001), di mana pelanggan atau pengunjung menjadi bagian dari sebuah komunitas virtual yang berbagi minat dan pengalaman serupa. Interaksi sosial yang terjadi melalui komentar, berbagi foto, mention, dan hashtag pada akun Instagram *Nyarik Kopi* menciptakan rasa keterlibatan dan keterhubungan yang kuat, yang pada gilirannya mendorong loyalitas dan advokasi dari para pengunjung. Hal ini memperkuat teori *relationship marketing* Morgan and Hunt (1994), yang menekankan pentingnya membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui keterlibatan emosional dan komunikasi yang berkelanjutan.

Selain itu, penggunaan Instagram sebagai platform untuk mempromosikan *Nyarik Kopi* juga mendukung penciptaan *viral marketing*, di mana konten yang menarik dan mudah dibagikan oleh pengunjung dapat menghasilkan penyebaran informasi yang luas dengan biaya yang relatif rendah. Melalui foto-foto yang menampilkan keindahan alam dan momen-momen kebersamaan di *Nyarik Kopi*, bisnis ini berhasil menarik perhatian audiens yang lebih luas, baik dari kalangan wisatawan lokal maupun mancanegara. Penelitian oleh Pop *et al.*, (2022) menunjukkan bahwa media sosial, dengan kekuatan berbagi dan interaksi, memiliki potensi besar dalam menciptakan kesadaran merek dan meningkatkan minat pengunjung terhadap suatu destinasi wisata. Selain itu Penelitian oleh Aliyah *et al.*, (2024) mendukung dengan hasil penelitiannya bahwa pemasaran digital melalui social media memberikan pengaruh yang signifikan dalam ketertarikan pengunjung dalam mengambil suatu keputusan untuk melakukannya perjalanan kesuatu daya tarik wisata.

Pendekatan *digital engagement* yang diterapkan oleh *Nyarik Kopi* juga menonjolkan pentingnya *user-generated content* (UGC) dalam membangun kredibilitas dan autentisitas. Pengunjung yang membagikan pengalaman mereka melalui foto dan video tidak hanya memperkuat narasi visual yang dibangun oleh *Nyarik Kopi*, tetapi juga memberikan validasi sosial yang dapat mempengaruhi keputusan

calon pengunjung lainnya. Hal ini relevan dengan teori *social proof* yang dijelaskan oleh Cialdini, (2007), yang menyatakan bahwa orang cenderung mengikuti tindakan orang lain sebagai bukti bahwa suatu tempat atau pengalaman adalah layak untuk dikunjungi.



Gambar 4. Ulasan Pengunjung Nyarik Kopi
(Sumber: Google Reviews, 2024)

Dengan demikian, strategi *digital engagement* yang diterapkan oleh *Nyarik Kopi* tidak hanya berhasil meningkatkan visibilitas usaha, tetapi juga berperan dalam menciptakan pengalaman wisata yang lebih terhubung dan bermakna bagi pengunjung. Hal ini menggarisbawahi pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan sektor pariwisata, di mana media sosial bukan hanya alat pemasaran, tetapi juga menjadi platform untuk membangun hubungan jangka panjang dan memperkuat daya tarik wisata yang berkelanjutan.

Tantangan Operasional dan Solusi

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *Nyarik Kopi* menghadapi beberapa tantangan operasional yang signifikan, terutama terkait dengan ketergantungan terhadap kondisi cuaca dan konsistensi operasional di lokasi terbuka. Sebagai usaha yang beroperasi di ruang terbuka dengan konsep semi-mobile, perubahan cuaca, seperti hujan atau angin kencang, sering kali menghambat aktivitas usaha, hal ini menjadikan *Nyarik Kopi* selalu melakukan update informasi melalui postingan dan reel Instagramnya. Sejalan dengan temuan pada studi terkait *nature-based tourism*, di mana ketergantungan terhadap kondisi alam menjadi salah satu kendala utama dalam memastikan keberlanjutan operasional (Kumar, 2024). Selain itu, tantangan logistik terkait pengelolaan mobilitas sepeda motor klasik yang dimodifikasi juga menjadi perhatian. Keterbatasan kapasitas penyimpanan bahan baku, potensi kerusakan alat, serta kebutuhan untuk memelihara estetika sepeda motor sebagai ikon utama usaha menuntut solusi yang adaptif dan inovatif. Di sisi

lain, fluktuasi jumlah pengunjung, terutama di luar jam-jam populer seperti pagi dan sore hari, memengaruhi pendapatan harian dan menimbulkan tantangan dalam manajemen sumber daya.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, *Nyarik Kopi* telah menerapkan beberapa strategi solusi yang inovatif. Pertama, usaha ini mengadopsi pendekatan berbasis teknologi melalui platform digital untuk mengomunikasikan jadwal operasional yang fleksibel. Pemanfaatan media sosial, seperti Instagram, tidak hanya meningkatkan transparansi kepada pengunjung, tetapi juga memperkuat hubungan emosional dengan pelanggan melalui interaksi yang responsif dan personal. Strategi ini sejalan dengan konsep *customer relationship management* (CRM), di mana penggunaan teknologi untuk menjembatani komunikasi dengan pelanggan dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen (Payne & Frow, 2005).

Kedua, *Nyarik Kopi* memanfaatkan konsep *pop-up cafe*, di mana lokasi dan waktu operasional yang fleksibel tidak hanya menjadi solusi terhadap kendala cuaca, tetapi juga menciptakan elemen kejutan yang dapat menarik perhatian lebih banyak pengunjung. Konsep ini mencerminkan prinsip adaptabilitas dalam pengelolaan bisnis kecil, sebagaimana diuraikan oleh (Morris, et. al. 2005) dalam studi mereka tentang *entrepreneurial flexibility*. Fleksibilitas ini memungkinkan *Nyarik Kopi* untuk menyesuaikan operasional mereka dengan dinamika pasar tanpa kehilangan esensi unik dari bisnis tersebut.

Ketiga, pengelola *Nyarik Kopi* juga memperkenalkan sistem *pre-order* untuk meminimalkan potensi kerugian akibat persediaan bahan baku yang tidak terpakai. Strategi ini tidak hanya mengoptimalkan efisiensi operasional tetapi juga menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan terencana. Dengan demikian, upaya ini mampu mengurangi risiko yang timbul dari fluktuasi permintaan dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Secara keseluruhan, Hasil penelitian ini menyajikan pemahaman holistik mengenai bagaimana estetika lokal, otentisitas naratif, dan *digital engagement* saling berinteraksi dalam membentuk daya tarik wisata modern di *Nyarik Kopi*, Tabanan, Bali. Estetika tidak hanya dipahami sebagai aspek visual, tetapi sebagai instrumen mediasi emosi dan identitas kultural yang memperkuat ikatan pengunjung dengan ruang. Narasi otentik tentang kehidupan agraris, keterikatan dengan tanah, dan kesederhanaan hidup ditata secara sadar oleh pengelola dan diperkuat oleh pengalaman langsung, menciptakan bentuk otentisitas yang bersifat eksistensial dan partisipatif. Sementara itu, keterlibatan digital menjadi ekstensi dari ruang fisik destinasi, membentuk jaringan naratif dan emosional yang memperluas dampak pengalaman wisata secara temporal dan geografis.

Dari sintesis tersebut, penelitian ini memberikan kontribusi konseptual terhadap studi pariwisata berbasis pengalaman, dengan menyoroti pentingnya integrasi antara elemen estetika, naratif, dan digital sebagai kerangka baru dalam memahami dinamika destinasi wisata kontemporer. Secara praktis, temuan ini menawarkan konsep pengembangan daya tarik wisata kecil berbasis komunitas yang berdaya saing tinggi melalui kekuatan narasi lokal dan inovasi digital, tanpa ketergantungan pada infrastruktur masif. *Nyarik Kopi* memperlihatkan bahwa pengalaman wisata yang bermakna dapat dibangun dari narasi keseharian yang dikemas secara estetis dan dikomunikasikan secara strategis di ruang digital, menjadikannya rujukan potensial bagi perumusan kebijakan pengembangan desa wisata berkelanjutan.

D. SIMPULAN

Hasil penelitian ini menitibarkan tentang keunggulan *Nyarik Kopi* sebagai daya tarik wisata kuliner berbasis estetika dan otentisitas lokal di Tabanan, Bali. Keindahan lanskap pedesaan yang memadukan hamparan sawah, pegunungan, dan gemericik air parit memberikan pengalaman unik yang menonjolkan nilai estetis sekaligus merepresentasikan budaya lokal. Konsep usaha yang inovatif, seperti penggunaan sepeda motor klasik untuk berjualan kopi, tidak hanya memperkuat identitas bisnis, tetapi juga menciptakan daya tarik yang membedakannya dari pelaku usaha sejenis. Strategi ini membuktikan relevansi inovasi dalam menggabungkan tradisi dengan modernitas, sehingga menghasilkan pengalaman wisata yang autentik dan bernilai tinggi.

Peran *digital engagement* melalui media sosial, khususnya Instagram, menjadi katalis utama dalam membangun citra dan memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan platform digital untuk promosi dan interaksi pelanggan memperlihatkan bagaimana teknologi dapat memperkuat keterhubungan emosional antara pengunjung dan destinasi. Hal ini juga menunjukkan potensi media sosial sebagai alat yang efektif untuk menciptakan komunitas digital yang mendukung keberlanjutan usaha berbasis pengalaman.

Di sisi lain, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan operasional yang dihadapi oleh *Nyarik Kopi*, seperti ketergantungan pada kondisi cuaca dan keterbatasan logistik dari konsep usaha berbasis ruang terbuka. Namun, dengan strategi adaptif seperti fleksibilitas operasional, komunikasi melalui media sosial, serta pengenalan sistem *pre-order*, *Nyarik Kopi* mampu mengubah hambatan menjadi peluang untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan bahwa kolaborasi antara estetika lokal, inovasi bisnis, adopsi teknologi, dan manajemen tantangan operasional dapat menjadi fondasi bagi pengembangan usaha kreatif berbasis pariwisata yang berkelanjutan.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, B. (2017). *The New Digital Story Telling*. Bloomsbury Publishing.
- Aliyah, K., Kisworo, B., Miraj, S., & Gupta, S. (2024). The Effect of Digital Marketing Through Social Media and Tourism Attractiveness on Visitor Interest. *JPPM (Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 11(1), 26–38. <https://doi.org/10.21831/jppm.v11i1.72327>
- Cemporaningsih, E., Raharjana, D. T., & Damanik, J. (2020). Ekonomi Kreatif sebagai Poros Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari, Kabupaten Temanggung. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2), 106. <https://doi.org/10.22146/jnp.60401>
- Cialdini, R. B. (2007). *Influence: The Psychology of Persuasion*. Harper Collins.
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150–167. <https://doi.org/10.2167/jost696.0>
- Fitriani, S., Koerniawaty, F. T., & Sinaga, F. (2024). Strategi Pengembangan Wellness Tourism Melalui Pemberdayaan Umkm Di Desa Wisata Hijau Bilebante. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(2), 1141–1154.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Allen Lane.
- Kumar, P. (2024). *Emerging Trends in Sustainable Nature-Based Tourism: A Focus on Northeast India* (pp. 109–124). <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-8115-1.ch005>
- Kunwar, R. R., & Ulak, N. (2024). Understanding Transformative Learning and Transformative Tourism. *Journal of Tourism & Adventure*, 7(1), 1–40. <https://doi.org/10.3126/jota.v7i1.69536>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of. *Journal of Marketing*, 58(July), 20–38. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/00222429405800302>
- Morris, M., Schindehutte, M., & Allen, J. (2005). The entrepreneur's business model: Toward a unified perspective. *Journal of Business Research*, 58(6), 726–735. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2003.11.001>
- Muniz, A. M., & O'Guinn, T. C. (2001). Brand Community. *Journal of Consumer Research, Inc.*, 27(4), 412–432. [https://doi.org/10.1080/0098-7913\(78\)80071-9](https://doi.org/10.1080/0098-7913(78)80071-9)
- Payne, A., & Frow, P. (2005). A strategic framework for customer relationship management. *Journal of Marketing*, 69(4), 167–176. <https://doi.org/10.1509/jmkg.2005.69.4.167>

- Pop, R. A., Săplăcan, Z., Dabija, D. C., & Alt, M. A. (2022). The impact of social media influencers on travel decisions: the role of trust in consumer decision journey. *Current Issues in Tourism*, 25(5), 823–843. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1895729>
- Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage. In *The Free Press* (First Edit, Vol. 18, Issue 2). A Divison of Simon & Schuster Inc.
- Raveendran, N. P. (2024). From traditional to innovation: A comprehensive Analysis of Tourism's Evolution and its Global influence on New Era Dynamics. *International Journal for Multidimensional Research Perspectives*, 2(5), 08–23. <https://doi.org/10.61877/ijmrp.v2i5.142>
- Richards, G. (2021). Creative Placemaking Strategies in Smaller Communities. *Creative Tourism in Smaller Communities: Place, Culture and Local Representation*, April, 283–297. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1ks0d4d.15>
- Schmitt, B. (1999). Experencial Marketing. In *Journal of Marketing Management* (Issue 15, pp. 53–67).
- Shafiee, M. M. (2024). Navigating overtourism destinations: Leveraging smart tourism solutions for sustainable travel experience. *Smart Tourism*, 5(2), 1–13.
- Usrah, C. R. Al, & Kembaren, E. T. (2024). Bangkit Dari Bada: Transformasi Industri Wisata Kuliner Kopi Dan Komunitas Petani Di Aceh Tengah Pasca Pandemi. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 4(1), 50–61. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v4i1.9092>
- Vitrianto, P. N. (2023). Local wisdom and tourism development in Kampung Nglanggeran, Gunung Kidul, Yogyakarta. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 7(1), 46–60. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v7i1.46-60>