

ANALISIS PERKEMBANGAN COFFEE SHOP SEBAGAI SALAH SATU PERANAN UMKM DI KOTA METRO

Nur Arif Rojai¹, Muhammad Rizqi Aprizal¹, Stave Eben Haezer K¹, Ferry Irawaan¹

¹Universitas Teknokrat Indonesia

*e-mail: rizqiaprizal41@gmail.com

Abstract

This research is qualitative research with a qualitative descriptive method that aims to (1) Find out the characteristics of existing milestone coffee shops in Metro City (2) Analyzing the development of milestone coffee shops as one of the roles of MSMEs in Metro City. This research took 1 informant consisting of from the owner of Milestone coffee shop. The data collection method uses interview techniques, observation and documentation. Data analysis techniques consist of data reduction (data reduction), data display (data presentation), and data conclusion drawing/verification. Based on the results of the analysis and assessment, this research shows that the development of coffee shop milestone as one of the roles of MSMEs in Metro City is sufficient well by proving the percentage results on milestone coffee of 80%.

Keywords: *Characteristics of MSMEs, Role of MSMEs, Coffee shop development*

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk (1) Mengetahui bagaimana karakteristik coffee shop milestone yang ada di Kota Metro (2) Menganalisa perkembangan coffee shop milestone sebagai salah satu peranan UMKM di Kota Metro. Penelitian ini mengambil 1 orang informan yang terdiri dari pemilik coffee shop milestone. Metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data terdiri dari data reduction (reduksi data), data display (penyajian data), dan data conclusion drawing/ verification. Berdasarkan hasil analisa dan penilaian penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan coffee shop milestone sebagai salah satu peranan UMKM di Kota Metro sudah cukup baik dengan membuktikan hasil persentase pada kopi milestone sebesar 80%.

Kata kunci: Karakteristik UMKM, Peranan UMKM, Perkembangan coffee shop

1. PENDAHULUAN

Coffee shop pada awal mulanya menyediakan tempat untuk minum kopi dengan cepat. Akan tetapi, karena perkembangan dan banyaknya minat dari pelanggan yang semakin lama semakin meningkat dan tidak ada habisnya, berkembanglah coffee shop menjadi sepertisekarang ini. Pada awalnya, minum kopi adalah kebiasaan masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu. Karena Indonesia sendiri adalah negara penghasil biji kopi terbaik di seluruh dunia. Coffee shop sendiri sudah menjadi lahan bisnis yang menjanjikan, pertumbuhan coffee shop di Indonesia sendiri telah menjamur diberbagai kota-kota besar dan kota-kota kecil sekalipun telah memiliki banyak gerai kopi yang menjamur, meskipun masih memiliki standar dan pasar yang berbeda. Sejarah dari coffee shop yang modern ini berasal dari Amerika, di mana ciri pelayanan dan penyajiannya secara cepat. Makanan yang biasanya sudah diporsikan dalam satu piring atau yang juga biasa disebut “ready ons the plate” dan dengan istilah pelayanannya yang disebut American Servis. Coffee shop ini dikategorikan ke dalam restoran

yang informal dan terkadang buka hingga 24 jam.

Penelitian menyimpulkan bahwa pengertian Coffee shop yakni adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman dan dilengkapi dengan alunan musik, baik itu lewat audio ataupun live music, desain interior yang khas, pelayanan yang ramah dan beberapa di antaranya menyediakan koneksi internet nirkabel atau WiFi. Coffee shop juga saat ini tidak hanya tempat untuk menikmati kopi tetapi juga bisa menjadi tempat mengerjakan tugas, tempat untuk berfoto, tempat untuk bertemu rekan kerja, dan tempat untuk menonton acara musik seperti nonton konser. Pada saat ini kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern. Banyak orang pergi ke coffee shop bukan hanya karena ingin mencicipi kopi yang khas dari coffee shop tersebut melainkan untuk menghabiskan waktu dan bersantai dengan rekan-rekannya maupun dengan keluarga. Untuk mempertahankan usaha coffee shop ini agar tetap maju dan terus bertahan maka perlu adanya peningkatan dalam kualitas kebersihan makanan, kualitas pelayanan, dan promosi harga yang akan mengacu kepada kepuasan konsumen. Kebersihan makanan adalah masalah kebersihan yang menyangkut pada makanan yang harus dijaga supaya makanan tidak terkontaminasi bakteri sehingga orang yang memakannya akan terhindar dari penyakit.

Oleh karena itu, suatu bisnis dan usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman harus memiliki kualitas kebersihan makanan yang baik agar dapat memberi kepuasan kepada konsumen. Mengurangi tingkat kemiskinan dipedesaan atau dengan kata lain diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan. Berdasarkan tingkat produktivitas dan kebutuhan untuk meningkatkan populasi UMKM, maka pengembangan UMKM dalam meningkatkan produktivitas harus lebih mendapat perhatian. Peningkatan kapasitas UMKM diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengurangi kemiskinan. Menurut Ayyagari (2013) pada negara berpendapatan rendah UMKM mampu menghasilkan 31 persen lapangan pekerjaan dan 15 persen terhadap PDB, pada negara berpendapatan sedang UMKM mampu memberikan kontribusi sekitar 55 persen pada lapangan pekerjaan dan hampir sekitar 40% terhadap PDB. Pada negara dengan pendapatan tinggi, UMKM memberikan kontribusi sebesar 65% terhadap lapangan pekerjaan dan memberikan dampak sebesar 50% terhadap PDB negara yang memiliki pendapatan tinggi. Namun kenyataannya UMKM masih mengalami berbagai hambatan dalam bidang internal maupun eksternal seperti produksi, pemasaran, dan permodalan sehingga tidak mampu meningkatkan PDB secara maksimal.

2. KAJIAN LITERATUR

1. Pengertian Coffe Shop

Sejarah dari coffee shop yang modern ini berasal dari Amerika, di mana ciri pelayanan dan penyajiannya secara cepat. Makanan yang biasanya sudah diporsikan dalam satu piring atau yang juga biasa disebut “ready ons the plate” dan dengan istilah pelayanannya yang disebut American Servis. Coffee shop ini dikategorikan ke dalam restoran yang informal dan terkadang buka hingga 24 jam. pengertian Coffee shop yakni adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman dan dilengkapi dengan alunan musik, baik itu lewat audio ataupun live music, desain interior yang khas, pelayanan yang ramah dan beberapa di antaranya menyediakan koneksi internet nirkabel atau WiFi. Coffee shop juga saat ini tidak hanya tempat untuk menikmati kopi tetapi juga bisa menjadi tempat mengerjakan tugas, tempat untuk berfoto, tempat untuk bertemu rekan kerja, dan tempat untuk menonton acara musik seperti nonton konser. Pada saat ini kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern. Banyak orang pergi ke coffee shop bukan hanya karena ingin mencicipi kopi yang khas dari coffee shop tersebut melainkan untuk menghabiskan waktu dan bersantai dengan rekan-rekannya maupun dengan keluarga. Untuk mempertahankan usaha coffee shop ini agar tetap maju dan terus bertahan maka perlu adanya peningkatan dalam kualitas kebersihan makanan, kualitas pelayanan, dan promosi harga yang akan mengacu kepada kepuasan konsumen.

2. Perkembangan Coffee Shop

Berdasarkan riset independen Toffin, jumlah kedai kopi di Indonesia hingga Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan pada 2016, yang hanya 1.000 gerai. Di mana market value yang dihasilkan mencapai Rp4,8 triliun market. Kemunculan coffee shop akhir-akhir ini membuat kalangan muda secara masal menjadi penikmat kopi dadakan. Coffee shop yang kita kenal seperti jurnal coffee, filosofi kopi, starbucks, dan coffee shop lainnya menjadi tempat icaran kalangan muda untuk mengisi waktu santai mereka. Memang tidak dapat dihindari bahwa kopi yang disajikan oleh coffee shop saat ini, khususnya di kota-kota besar memiliki hal yang berbeda jika dibandingkan dengan coffee shop tempo dahulu. Coffee shop yang berkembang masa kini menawarkan konsep yang cukup kreatif agar para pelanggan mendapatkan suasana yang baru. Menurut pandangan penulis, coffee shop bukan hanya sekedar tempat untuk menikmati kopi

dan dan bercengkrama dengan teman, namun juga menjadi tempat untuk mengerjakan tugas, rapat, menikmati pertunjukan music dan lain-lain. Mayoritas yang mengunjungi tempat tersebut juga merupakan anak-anak muda. Di Kota Metro Coffee Shop tidak hanya digemari oleh anak-anak muda namun sebagian besar mayoritas masyarakat modern akan datang dan menyamba gerai coffee ini. Perkembangan di Kota Metro tentu sudah dapat dilihat dari beberapa coffee shop yang menyediakan wahana tempat wifi bahkan picture yang inovasi. Sampai saat sekarang ini perkembangan di metro ini terasa membaik hingga membantu beberapa para pencari kerja terkhusus dari kalangan luar Metro yang mampu mengimbangi gaerak dari laju pertumbuhan ekonomi disuatu daerah terkhusus di Kota Metro.

3. Faktor-Faktor Pendorong Bisnis Coffee Shop

Bisnis kedai kopi Majalah MIX Riset kedai kopi Toffin. Hasil Studi "2020 Brewing in Indonesia: Insights for Successful Coffee Shop Business" di Majalah Mix edisi Januari 2020. Studi "2020 Brewing in Indonesia: Insights for Successful Coffee Shop Business" yang dirilis Toffin bersama Majalah Mix mengungkapkan bahwa nilai bisnis kedai kopi di Indonesia diperkirakan mencapai Rp 4,8 triliun per tahun. Nilai bisnis tersebut didasari atas insight dari konsumen muda (Gen Y dan Z) yang diperoleh melalui survei online serta wawancara tatap muka (indepth interview) dengan para pemilik atau pengelola kedai kopi di Indonesia. Diungkapkan Nicky Kusuma, Vice President Sales and Marketing Toffin Indonesia, pada hari ini (17/12), di Jakarta, "Riset ini diperlukan karena selama ini belum ada survey atau penelitian tentang industri kedai kopi di Indonesia. Untuk itu, diharapkan riset ini menjadi panduan bagi pelaku bisnis kedai kopi di Indonesia." Lebih jauh ia menjelaskan, ada sejumlah fakta menarik yang dijumpai dari hasil studi ini. Antara lain, tujuh faktor yang mampu mendorong pertumbuhan bisnis kedai kopi di Indonesia. Adapun Faktor-faktornya sebagai berikut:

1. Kebiasaan (budaya) nongkrong sambil ngopi.
2. Meningkatnya daya beli konsumen, tumbuhnya kelas menengah, dan harga RTD (Ready to Drink) Coffee di kedai modern yang lebih terjangkau
3. Dominasi populasi anak muda Indonesia (Generasi Y dan Z) yang menciptakan gaya hidup baru dalam mengonsumsi kopi.
4. Kehadiran media sosial yang memudahkan pebisnis kedai kopi melakukan aktivitas marketing dan promosi.

1. Kehadiran platform ride hailing (Grabfood dan Gofood) yang memudahkan proses penjualan.
2. Rendahnya entrees barriers dalam bisnis kopi yang ditunjang dengan ketersediaan pasokan bahan baku, peralatan (mesin kopi), dan sumber daya untuk membangun bisnis kedai kopi.
3. Margin bisnis kedai kopi yang relatif cukup tinggi.

3. METODE

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (naturalistik) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. (Sulasmi, 2020).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data hasil jawaban responden dan wawancara tersebut maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus Dean J. Champion yang diperoleh hasil sebagai berikut : Presentase :

$$\text{Milestone} : \frac{24}{30} \times 100\% = 80\%$$

Berdasarkan hasil presentase yang diperoleh oleh peneliti dari perhitungan jawaban diatas yaitu diperoleh hasil untuk coffee shop Milestone sebesar 80 %, Untuk perkembangan coffee shop sebagai salah satu peranan UMKM di Kota Metro pada study kasus coffee shop Milestone, Metro Lampung. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa analisa perkembangan coffee shop Milestone sebagai salah satu peranan UMKM di Kota Metro telah dinilai cukup baik. Hal tersebut dibuktikan dengan bukti pendukung adanya hasil observasi langsung pengamatan lapangan dan hasil wawancara langsung pada pemilik coffee shop. Saat ini coffee shop Milestone sama sama menjadi salah satu peranan UMKM di Kota Metro yang bergerak dibidang makanan dan minuman dengan menu utama kopi.

Perkembangan coffee shop Janji Jiwa sebagai salah satu peranan UMKM di KotaMetro.

Kopi Millestone, Metro Lampung untuk menghasilkan kopi yang disajikan memilih bahan yang fresh dan bahan baku lokal yaitu dari kopi asli Lampung Barat. Dalam pemesanannya setiap konsumen jika ramai atau padat akan diadakan antrian dengan sesuai nomor antriannya. Usaha ini terkonsep tempat dari pusatnya langsung dan mengikuti peraturan SOP (Standar Operasional Perusahaan). Dalam pemilihan karyawan di coffee shop Millestone diutamakan menyajikan pelayanan yang sangat ramah kepada konsumennya. Dengan harga yang relatif terjangkau baik dari yang rendah sampai tinggi bisa dipilih sebagai pilihan menu apa kiranya untuk dikonsumsi bisa sesuai budget. Coffee Shop Janji Jiwa ini dapat berkembang dengan pandangan konsumennya di Metro sebab belum ada brand ini, maka dengan adanya promosi menu baru dan variasi terbarunya dapat mampu berkembang dengan cukup baik hingga saat ini.

Maka adanya usaha ini menjadi sebagai salah satu peranan UMKM di Kota Metro. Berdasarkan hasil wawancara pada pemilik coffee shop millestone, Metro Lampung menyatakan bahwa analisa perkembangan coffee shop janji jiwa menjadi salah satu peranan UMKM di Kota Metro telah mengalami perkembangan yang cukup baik. Maka dapat diketahui bahwa usaha ini memang membantu peranan UMKM di Kota Metro. Untuk perkembangannya millestone yang ada di Metro ini sudah cukup baik, dengan perkembangan dan diperkuatnya pasti dikeluarkannya menu baru, dan stabilnya proses marketingnya dengan banyak banyak melakukan promosi apalagi untuk 1 tahun terakhir ini sehingga tetap dapat berkembang dengan cukup baik hingga sekarang. Peneliti menyimpulkan bahwa usaha coffee shoop millestone ini memang menjadi salah satu trand UMKM yang banyak digemari oleh anak mudah dan orang-orang dewasa hingga menjadi suatu kebudayaan.

Perkembangan bisnis kedai kopi di Indonesia berkembang cukup pesat. Hal ini selaras dengan dengan Perubahan gaya hidup masyarakat hingga perkembangan jenis musik tertentu turut mendorong jenis bisnis kedai kopi untuk tumbuh. Budaya minum kopi di Indonesia digemari oleh masyarakatnya. Hal ini dapat dilihat dari makin maraknya persebaran tempat- tempat atau warungwarung kopi yang berkembang seperti di kota Metro dan sekitarnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Millestone, Metro Lampung menyatakan bahwa usaha ini sudah membantu salah satu peranan UMKM di Kota Metro. Coffee Shop ini sudah mengalami kemajuan yang cukup baik didalam perkembangannya. Dengan adanya dorongan modal dari orangtua pemilik Millestne menjadikan usaha ini adalah

usaha keluarga. Konsep dan ide usahanya juga tertuang dari pikiran pemilik Coffee Shop ini sendiri. Tema yang kuat untuk target anak muda dan memberikan pelayanan yang prima serta harga yang cukup terjangkau bagi para anak muda membuat Coffee Shop ini mampu bersaing dengan Coffee Shop lain yang sudah berdiri lama dan jauh lebih dulu di Metro.

4.1. Skema

Kafe Millestone ini menggunakan sebuah konsep industrial. Hal ini dapat dilihat dengan jelas dari bentuk bangunan luar kafe yang memberi kesan tampilan unfinished (gambar 1). Adapun hal yang mendukung konsep industrial pada kafe Millestone yaitu material yang digunakan memiliki karakter yang kokoh, dan kuat. Dimana karakteristik itu dapat ditemukan pada material logam, alumunium, dan batu.



Gambar 1. Coffee Shop Millestone

Sistem Pencahayaan pada siang hingga sore hari kafe millestone lebih banyak menggunakan pencahayaan alami. Namun pada lantai satu di area Bar dan area memasak tetap menggunakan pencahayaan lampu karena area ini tidak terlalu mendapatkan cahaya alami. Pada sore menjelang magrib hingga malam hari semua area ruangan menggunakan cahaya dari lampu dengan warna warm white.

Sistem pencahayaan pada gaya industrial biasanya menggunakan lampu neon dan lampu gantung, begitu pula pada kafe ini, untuk menguatkan konsep interior industrial, di beberapa area, pencahayaan yang digunakan adalah lampu pendant seperti yang terlihat pada gambar 2



Gambar 2. Pencahayaan pada Coffee Shop Milestone

Aktifitas yang sering dilakukan di kafe milestone ini yaitu bercengkrama, bekerja menggunakan laptop, melakukan pertemuan untuk pekerjaan/ bisnis, acara kumpul antarkelompok (reuni), dan bermain game online. Berdasarkan data yang penulis dapatkan, aktifitas yang paling banyak dilakukan pada kafe milestone ini yaitu pengunjung yang hanya datang untuk sekedar bercengkrama dengan menikmati minuman dan makanan dan melakukan sedikit perbincangan santai dengan rekan seperti yang terlihat pada gambar 3.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan dapat memberikan gambaran bahwa pengunjung yang datang ke kafe milestone paling sering pada akhir minggu mulai dari sore hingga malam hari sedangkan pada hari biasa kafe Wongkis ini tidak begitu ramai dikunjungi oleh para konsumen.



Gambar 3. Aktivitas Pengunjung

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan pada bab IV mengenai perkembangan coffee shop milestone sebagai salah satu peranan UMKM di Kota Metro. Sehingga dengan itu peneliti

mengambil kesimpulan bahwa data persentase yang diambil dan diolah sesuai dengan metode penelitian ini menyatakan perkembangannya sudah cukup baik. Hal ini disertai dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Hasil data dari pertanyaan peneliti dengan sajian pilihan “YA” dan “TIDAK”. Berdasarkan jawaban wawancara yang diperoleh dari pemilik Coffee Shop Milestone menyatakan 24 jawaban “YA” dan 6 jawaban “TIDAK” sehingga persentase perkembangannya menjadi 80% dan dianggap sudah cukup baik. Hal ini sesuai dengan kriteria berdasarkan interpretasi hasil penghitungan presentase, Champion, Dean J. yaitu presentase 51% - 75% berarti perkembangan Coffee Shop Milestone cukup baik.
2. Berdasarkan tinjauan atau review terhadap desain furniture dan suasana di kafe Milestone memiliki desain furniture yang menarik perhatian pelanggan. Beberapa desain interior dan perabot kafe yang baik dapat meningkatkan kenyamanan dan membuat pengunjung merasa betah di kafe tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel:

- Samryn, L.M, 2012. Akuntansi Manajemen Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktivitas Operasional Dan Investasi. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prada Media Group.
- Samryn, L.M, 2012. Akuntansi Manajemen Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktivitas Operasional Dan Investasi. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prada Media Group
- Komunika, widya 2019. Pengertian dan perkembangan coffee shop, Vol 9 No. 2 Oktober 2019
- Susanti, A., Triana Dewi, P. S., & Adnyana Putra, I. W. Y. (2021). Desain Interior Coffee Shop di Denpasar dan Loyalitas Konsumennya : Generasi Y dan Z. Waca Cipta Ruang, 7(1), 1–17.
- Fahmi, Irham. 2017. Analisis Akuntansi Keuangan. Bandung: Alfabeta. Heriyanto, Dan Prabowo. 2013. Pdf Metode Deskriptif Kualitatif.
- Champion. Dean J Champion. (Basic, Statistik For Sosian research Adtion), (New York: Mac Median, 1991) 04 Maret 2014, Hal 102-304.
- Adi Nugroho, Listyawan. 2011. Pengaruh Modal Usaha. Yogyakarta: Pustaka Belajar. Arikunto, Suharsini. 2012. Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

Buku:

- Subramanyam, K. R. Dan John J. Wild. 2014. Buku Dua. Edisi Sepuluh. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Salemba Empat.
- Sulasmi 2020. Buku Desain Penelitian. Jakarta: Salemba Empat.
- Bambang, Riyanto. 2011, Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan, Edisi Keempat, Cetakan Ketujuh, Yogyakarta: YBPFE UGM