

## **PERKEMBANGAN KEDAI KOPI & *MOCKTAIL* MENJADI PELUANG USAHA UNTUK KALANGAN MUDA DI KOTA GORONTALO**

**Meilinda Lestari Modjo<sup>1)</sup>, Krishna Anugrah<sup>2)</sup>, Putri Femirawaty Ahmad<sup>3)</sup>**

<sup>1, 2, 3)</sup> Program Studi Diploma Tiga Pariwisata, Program Vokasi UNG

Email:meilindamodjo@ung.ac.id<sup>1)</sup>

Asal Negara: Indonesia

### **ABSTRAK**

Peluang usaha kedai kopi dan *mocktail* saat ini mejadi salah satu usaha yang memiliki prospek yang cukup baik. Produk yang ditawarkan oleh kedai-kedai kopi dan *mocktail* saat ini banyak menarik minat, sehingga pasar yang dimiliki bukan hanya oleh kalangan tertentu saja akan tetapi juga di minati oleh semua kalangan. Pembeli minuman kedai-kedai tersebut berasal dari kalangan pelajar hingga pekerja kantoran. Seperti kota lainnya kedai-kedai minuman ini juga tumbuh di Kota Gorontalo dengan cukup pesat terutama dikawasan tertentu di Kota Gorontalo. Kota Gorontalo sebagai pusat perekonomian di Provinsi Gorontalo dan juga terdapat beberapa Universitas yang besar yang letaknya tidak berjauhan antara satu dengan yang lainnya. Hasil penelitian menemukan bahwa usaha kedai kopi dan *mocktail* termasuk usaha mikro kecil dan menengah yang mana tidak memerlukan modal besar dalam membuatnya dan tidak diperlukan perijinan seperti usaha lain berskala besar. Hal ini menjadi minat pengusaha dalam bidang kedai minuman untuk berwirausaha, sehingga terus tumbuh dan berkembang. Kesimpulan yang didapat bahwa sebagian besar konsumen yang merupakan pencinta dan penikmat minuman kopi & *mocktail* adalah yang berusia muda antara 15 – 45 tahun, baik berstatus sebagai pelajar dan mahasiswa maupun sebagai perkerja/karyawan, sehingga konsumen diusia ini menjadi target pasar utama dari jenis usaha kecil ini. Konsumen pada rentang usia ini merupakan konsumen yang aktif, dengan tingkat kesibukan yang cukup tinggi serta memiliki gaya hidup modern mengikuti *trend* masa kini, dan ketergantungan mereka pada produk minuman-minuman seperti ini pun cukup tinggi.

**Kata kunci: Kedai; Kopi; *Mocktail*; Wirausahawan; Muda**

### **ABSTRACT**

*Coffee shop and mocktail business opportunities are currently one of the businesses that have quite good prospects. Products offered by coffee shops and mocktails today attract a lot of interest, so the market is owned not only by certain consumer but also in the interest of all consumer. The buyers of these taverns come from students to office workers. Like other cities, these taverns are also growing in Gorontalo City quite rapidly, especially in certain areas in Gorontalo City. Gorontalo City as the economic center in Gorontalo Province and there are also several large universities that are located not far from each other. The results of the study found that coffee shop and mocktail businesses include small and medium-sized micro enterprises that do not require large capital in making them and do not need permits like other large-scale businesses. This is the interest of entrepreneurs in the field of taverns for entrepreneurship, so it continues to grow and develop. The conclusion obtained that most consumers who are lovers and connoisseurs of coffee drinks & mocktail are young between 15-45 years old, both as students and students and as workers / employees, so that consumers at this age become the main target market of this type of small business. Consumers in this age range are active consumers, with a fairly high level of busyness and have a modern lifestyle following current trends, and their dependence on beverage products like this is quite high.*

**Keywords: Tavern; Coffee; *Mocktail*; entrepreneur; young**

### **1. PENDAHULUAN**

Industri pariwisata dapat diartikan sebagai sebuah himpunan bidang usaha yang menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan oleh mereka yang melakukan perjalanan wisata. Ruang lingkup industri pariwisata menyangkut berbagai sektor ekonomi. Salah satu usaha pariwisata adalah jasa makanan dan minuman hal ini sesuai dengan UU No. 10 Tahun 2009 Pasal 14 Tentang Kepariwisataan. Makanan dan minuman merupakan

kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap individu dan tidak dapat digantikan dengan yang lain. Seiring perkembangan jaman, ragam jenis makanan dan minuman juga turut berkembang, banyak timbul berbagai jenis hidangan baru baik itu dikreasikan dari bahan baku hingga dalam segi hiasan sehingga menarik minat beli ataupun keinginan menikmatinya. Zaman dahulu apabila ingin menikmati makanan dan minuman harus mendatangi restoran ataupun café yang pada

umumnya terdapat di Mall ataupun di Hotel. Tuntutan zaman saat ini selain sebagai kebutuhan Pokok manusia, kuliner juga saat ini dianggap sebagai suatu *trend* yang harus diikuti dan praktis, cepat disajikan dengan harga yang terjangkau.

Oleh sebab itu saat ini semakin banyak tumbuh usaha-usaha kuliner tersebut. Hal ini dapat dilihat dari kehadiran kedai-kedai makanan dan minuman dipinggir jalan besar di kota-kota, sehingga mudah dilihat, dijangkau oleh semua pangsa pasar. Kedai-kedai tersebut menghadirkan berbagai jenis hidangan baik makanan maupun minuman yang mudah dan cepat dibuat dengan harga terjangkau. Bangunan yang dibuat oleh kedai-kedai tersebut tidaklah besar memanfaatkan ruang yang tersedia dengan ukuran yang relatif kecil, terbuat dari material sederhana sehingga mudah berpindah lokasi apabila masa kontrak tempat telah habis.

*Mocktail* salah satu jenis minuman yang merupakan jenis minuman campuran yang tidak mengandung *alcohol*. Minuman ini diracik dari berbagai bahan dasar utama sehingga memiliki rasa yang lebih nikmat saat di minum. Campuran ini dapat berupa campuran dari beberapa jenis *fresh fruit juice*, ditambahkan bahan pemanis, campuran air soda dengan bahan pemanis dan di tambahkan *juice* tertentu dan lain sebagainya.

Kopi salah satu minuman favorit yang dapat dinikmati kapan saja dan dimana saja, penyajian kopi pun dapat dicampur dengan bahan minuman lainnya seperti susu, *cream*, pemanis dengan rasa asli maupun pemanis dengan berbagai varian rasa.

Orang yang ingin menikmati *mocktail* ataupun kopi dengan rasa yang lebih nikmat pada zaman dahulu harus meluangkan waktu khusus dengan mendatangi restoran ataupun café yang tersedia di Mall ataupun Hotel. Namun keadaan berubah dengan seiring berubahnya selera konsumen. Banyak yang ingin menikmati minuman tersebut dari mulai usia muda hingga usia tua. Kesibukan aktivitas dari orang pada jaman sekarang yang ingin dengan segera cepat mendapatkan makanan dan minuman yang diinginkan dan dapat dinikmati dimana saja dan kapan saja. Hal ini merupakan peluang yang baik bagi orang yang melihat kebutuhan tersebut dan menjadikannya suatu bidang usaha.

Kondisi ini tentu saja menjadi peluang yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi sebuah bisnis baru dengan modal kecil tetapi menjanjikan. Saat ini bisnis kedai kopi dan *mocktail* yang sangat *simple* ini telah berkembang pesat di banyak kota di Indonesia, karena telah menjadi *trend* bisnis minuman masa kini yang cukup menguntungkan. Banyak orang yang tertarik untuk membuka usaha seperti kedai kopi dan *mocktail* ini karena terbilang sangat prospektif, mudah untuk diwujudkan, dan sebagian besar pemilik maupun pengelola jenis usaha ini adalah berasal dari kaum muda/ kalangan

muda. Sedemikian pesatnya perkembangan bisnis minuman seperti ini bahkan di Provinsi Gorontalo, khususnya di Kota Gorontalo bisnis kedai kopi dan *mocktail* seperti ini juga tumbuh dengan cepat. Hampir disemua jalan utama di Kota Gorontalo banyak terdapat kedai – kedai *mocktail* ini karena ramai dan sebagai jalan besar di Kota Gorontalo. Sebagaimana lazimnya dikota lain kedai seperti ini menggunakan halaman/ tempat parkir toko – toko dan restoran, di Kota Gorontalo pun kedai – kedai kopi dan *mocktail* ini banyak terdapat dipinggir jalan dan di halaman toko – toko seperti Indomaret, Alfamart, dan toko lainnya.

Ragam dan menu minuman kopi dan *mocktail* yang dijual di kedai – kedai tersebut ada yang sama dan ada juga yang berbeda. Jenis usahanya juga ada yang merupakan milik pribadi dan ada pula yang merupakan jenis usaha *franchise* (waralaba) atau yang membuka cabang dari kota besar lainnya. Selain itu kedai-kedai tersebut menawarkan bentuk produk *take away* atau dibawa pulang dan dengan harga yang terjangkau ataupun murah karena dikemas dalam kemasan yang praktis.

**Tabel 1.** Data perkembangan kedai kopi & *mocktail* di jalan jenderal sudirman dan jalan kalimantan kota gorontalo tahun 2018 – 2020

Tahun	Jumlah	Selisih Jumlah Perkembangan
2018	20	-
2019	35	+ 15
2020	25	- 10

Sumber: Hasil Survey Peneliti, 2020

Jalan Sudirman dan jalan Kalimantan di Kota Gorontalo merupakan salah satu kawasan dengan arus lalu lintas yang ramai dan cukup padat kendaraan. Kawasan ini memiliki letak strategis disebabkan terdapat 2 (dua) kampus ternama di Gorontalo, sehingga banyak kawula muda yang tinggal di daerah sekitar kawasan tersebut. Kawula muda ini merupakan salah satu pangsa pasar yang cukup potensi bagi pengusaha kedai minuman untuk mendapatkan pendapatan. Pada tabel 1 menunjukkan jumlah kedai minuman yang berada di kedua jalan tersebut. Jumlah kedai sempat mengalami kenaikan pada tahun 2018 ke tahun 2019 yakni sebanyak 15 kedai, namun pada tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami penurunan jumlah sebanyak 10 kedai.

Pada tahun 2018 ke tahun 2019 keadaan dalam kondisi yang kondusif sehingga timbul optimisme dikalangan pengusaha untuk berwirausaha dan berani bersaing produk. Uraian diatas senada dengan Suryana (2003:85) yang menyebut bahwa indikator perkembangan usaha dilihat berdasarkan modal, pendapatan, volume penjualan, output produksi, dan tenaga kerja.

Namun keadaan berubah pada tahun 2019-2020 yang dikarenakan oleh pandemi COVID-19.

Semua ruang gerak orang dibatasi agar penyebarannya tidak memperburuk keadaan sehingga orang cenderung berdiam diri di rumah, melakukan kegiatan baik itu belajar dan bekerja dari rumah. Pembatasan ini menyebabkan usaha-usaha kecil ini terdampak secara pendapatan yang menurun dan harus menanggung beban operasional yang tinggi sehingga jalan terakhir yang di tempuh adalah menutup usaha secara permanen.



**Gambar 1.** Bentuk dan ukuran kedai kopi & *mocktail* di jalan sudirman dan jalan kalimantan kota gorontalo

Sumber: Dokumentasi Pribadi,2020

Menurut data awal dilapangan rata-rata pemilik kedai kopi dan *mocktail* tersebut adalah kalangan muda seperti alumni yang baru saja lulus dari beberapa perguruan tinggi. Mereka tertarik untuk membuka usaha tersebut karena melihat peluang yang sangat baik dari jenis usaha ini. Terutama dari segi peminat yang sangat tinggi, sehingga walaupun jenis usahanya terbilang kecil namun bagi mereka bisnis ini cukup menjanjikan. Disamping itu jenis usaha kedai kopi dan *mocktail* ini digolongkan kedalam Usaha Kecil Menengah (UKM), sehingga belum diperlukan perizinan apapun untuk membuka usaha kecil ini. Demikian pula dengan pajak makanan dan minuman yang tidak diberlakukan pada usaha kedai kopi dan *mocktail* ini, sehingga harga minumannya pun tidak dibebankan pajak kepada konsumen dan otomatis harga menjadi lebih ringan.

## 2. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *mix* antara kuantitatif dan kualitatif. Dengan demikian data lapangan yang didapatkan berupa angka-angka akan diuraikan ke dalam bentuk narasi deskriptif. Alasan menggunakan pendekatan ini adalah untuk mendapatkan gambaran banyaknya konsumen dari kedai-kedai minuman tersebut. Lokasi penelitian difokuskan pada kedai-kedai kopi dan *mocktail* yang berada dipinggir jalan atau ditempat parkir toko-toko yang berlokasi di beberapa jalan utama di

Kota Gorontalo, seperti Jalan Jenderal Sudirman, dan Jalan Kalimantan.

Pemilihan lokasi ini adalah karena kedai kopi dan *mocktail* yang berlokasi disekitar jalan-jalan tersebut cukup ramai dikunjungi oleh para pembeli dari berbagai segemen pasar sehingga hal ini merupakan aspek pendukung yang sangat baik untuk kelancaran proses pengambilan data.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer merupakan data inti yang didapatkan oleh peneliti dari lapangan. Adapun data-data tersebut diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuesioner. Mekanisme wawancara dilaksanakan secara langsung dengan pemilik kedai. Metode wawancara yang digunakan secara terbuka. Penyebaran kuesioner dilakukan pada pengunjung yang datang dan menikmati produk kedai kopi dan *mocktail*.
2. Data Sekunder merupakan data pendukung yang digunakan dalam penelitian ini yakni, observasi dan dokumentasi.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kuesioner didapatkan data sebagai berikut:

1. Responden di usia Pelajar dan Mahasiswa lebih sering mengkonsumsi minuman *Mocktail* hingga 2 gelas perhari, dan juga sesekali minuman Kopi, hal ini dijawab sebanyak 55 % dari total responden.
2. Sebanyak 45 % responden di usia ini juga memberikan alasan bahwa mereka sering membeli minuman Kopi dan *Mocktail* ini karena adanya pengaruh *prestise* dan gaya hidup dengan teman-temannya.
3. Sebanyak 70 % Berikutnya jumlah responden sebagian besar memilih minuman ini dalam bentuk minuman dingin, baik Kopi maupun *Mocktail* dengan campuran susu, krimmer, biskuit, dan lain-lain.
4. Sebanyak 65 % responden yang membeli minuman Kopi & *Mocktail* ini dengan beberapa pertimbangan seperti jumlah kedainya yang cukup banyak, varian rasa minuman yang beragam serta harganya yang terjangkau.

Berdasarkan gambaran data tersebut terlihat bahwa munculnya jenis-jenis minuman Kopi dan *Mocktail* ini sangat mempengaruhi konsumen (manusia) didalam pemenuhan kebutuhan minumannya. Konsumen diusia pelajar dan mahasiswa setiap hari 'harus' membeli dan mengkonsumsi minuman-minuman berwarna tersebut dengan berbagai alasan. Bahkan konsumen dikalangan ini lebih banyak membeli dan mengkonsumsi minuman ini dalam seharinya. Hal ini sedikit banyak dipengaruhi juga dari segi kekuatan daya beli, dimana pekerja/karyawan tentunya memiliki *budget* yang lebih dibandingkan dengan pelajar dan mahasiswa yang hanya memiliki uang jajan terbatas.

Data-data diatas semakin diperkuat lagi dengan hasil wawancara informal dengan beberapa konsumen pekerja / karyawan, yang mengatakan bahwa mereka sering membeli dan membawa minuman ini ke kantornya sebagai ‘teman’ bekerja. Terutama pada waktu siang hari disaat mereka keluar kantor untuk istirahat dan makan siang, mereka akan sekaligus membeli dan membawanya kembali ke kantor dan melanjutkan pekerjaannya. Alasan untuk menghilangkan rasa ngantuk dan kejenuhan dengan menggunakan minuman Kopi dingin sudah menjadi alasan ‘paten’ mereka untuk selalu membeli dan mengkonsumsi minuman beraroma ini. Disisi lainnya, bagi kalangan pekerja / karyawan harga bukanlah yang menjadi pertimbangan utama mereka dalam membeli minuman Kopi & *Mocktail* tersebut. Mereka lebih cenderung kepada ‘kepraktisannya’ dimana minuman yang dijual dikedai-kedai yang banyak terdapat dipinggir jalan dengan konsep *drink street* ini, membuat mereka bisa membelinya dengan cepat karena waktu istirahatnya yang terbatas. Namun, mereka pun mengakui bahwa harga minuman di kedai yang cukup murah berbanding seimbang dengan kualitas rasanya dan ukurannya, sehingga mereka pun menjadi konsumen di kedai minuman pinggir jalan seperti ini, selain pelajar dan mahasiswa.

Gambaran konsumen sebagai penggemar minuman Kopi dan *Mocktail* yang ternyata sangat banyak dan meliputi berbagai usia dan kalangan membuat banyak orang juga yang semakin tertarik untuk membuka usaha kecil seperti kedai minuman pinggir jalan tersebut. Bisnis ini disebut usaha kecil karena modal yang dibutuhkan untuk membuat bisnis ini relative kecil. Bentuk dan ukuran bangunan kedainya cukup kecil, hanya bisa untuk satu sampai dua orang yang berada didalamnya. Bahan bangunannya yang terbuat dari seng, peralatan pembuatan produk minuman yang tidak banyak, peralatan kemasan minuman yang terbuat dari bahan plastik, serta perlengkapan lainnya yang juga dalam jumlah yang terbatas.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa pemilik kedai Kopi & *Mocktail*, baik yang berada di Jalan Jenderal Sudirman maupun di Jalan Kalimantan, rata-rata mengatakan bahwa mereka sangat tertarik dengan bisnis usaha kecil ini karena modal yang diperlukan relative kecil yakni berkisar antara 30 – 40 Juta Rupiah untuk satu kedai (*booth container*) sekaligus juga dengan peralatan dan bahan minumannya, dan mereka siap menjual produk-produknya. Rata-rata pemilik kedai Kopi & *Mocktail* seperti ini adalah berasal dari kalangan menengah yang mampu membuka usaha dengan modal kecil. Modal usaha yang kecil tersebut, bisnis usaha kecil kedai minuman seperti ini tergolong pada jenis usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) sehingga dalam hal perizinan pun tidak diwajibkan. Kemudahan ‘bebas izin’ membuat

banyak orang tertarik untuk membuka usaha dengan jenis UMKM ini, tidak hanya sebatas kedai minuman, tetapi juga kedai makanan dan jajanan-jajanan lainnya. Kemudahan lain yang bisa diperoleh melalui bisnis usaha kecil UMKM seperti ini, adalah bebas pajak usaha, pengusaha kecil dengan kategori UMKM tidak diwajibkan membayar pajak usaha, dengan demikian mereka tidak perlu membebaskan atau menambahkan harga pajak didalam harga minuman yang dijualnya.



Gambar 2. Kalangan muda pemilik kedai minuman kopi & *mocktail*

Sumber: Dokumentasi Pribadi,2020

Target pasar kedai minuman ini adalah kaum remaja yang identik dengan gaya hidup *modern*, hobi berkumpul dengan teman-teman baik nongkrong maupun kerja tugas kelompok, sehingga hal ini membuat mereka menjadi pasar yang potensial karena sangat suka dan selalu mengkonsumsi minuman ini dalam aktivitas mereka sehari-hari. Rata-rata kedai mendapatkan penjualan minuman antara 70 – 80 gelas (kemasan plastik) per hari, dengan harga minuman antara Rp. 15.000 – Rp. 18.000 per gelas.

Alasan prestise dan gaya hidup, dalam hal yang berhubungan dengan kebutuhan hidup manusia. Gaya hidup merupakan salah satu kebutuhan yang dibutuhkan oleh manusia. Sesuai dengan teori Maslow bahwa kebutuhan ini berada dilevel *esteem needs*. Kebutuhan dasar sudah dipenuhi sehingga memerlukan ke peningkatan kebutuhan lain yakni level *esteem needs* merupakan kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan terhadap sesama yaitu kebutuhan akan harga diri, percaya diri, prestasi, menghormati orang lain, dan dihormati oleh orang lain. Jadi mengkonsumsi kopi

ataupun *mocktail* merupakan salah satu peningkatan kebutuhan manusia. Dengan mengkonsumsi kopi ataupun *mocktail* tersebut, maka mereka mendapatkan pengakuan bahwa mereka sebagai kalangan muda yang dikategorikan mengikuti perkembangan zaman (kekinian). Oleh karena harga bukan menjadi hal yang utama maka usaha ini masih menjadi peluang usaha yang cukup menjanjikan untuk mendapatkan pendapatan yang lebih baik bagi wirausahawan karena jumlah calon pembeli yang banyak dan pangsa pasar masih terbuka lebar.

Melihat jenis minuman yang dijual di kedai-kedai Kopi & *Mocktail* ini, tidak bisa dipungkiri bahwa minuman-minuman tersebut sangat menggugah selera. Berbagai campurannya, warna minumannya, rasa minumannya, serta penyajiannya yang dingin, membuat setiap orang yang melihatnya ingin langsung membelinya. Kondisi ini paling kuat mempengaruhi konsumen di usia muda yaitu antara usia 15 tahun – 45 tahun. Rentang usia ini adalah usia yang tergolong aktif, enerjik, dan tingkat kesibukan yang tinggi. Oleh sebab itu konsumen di usia ini yang paling banyak membeli minuman Kopi & *Mocktail* untuk menemaninya dalam beraktifitas setiap hari.

Terdapat beberapa ciri-ciri tertentu yang harus diperhatikan dalam mengembangkan usaha UMKM, yaitu:

1. Modal didapatkan dari non-bank, padahal akan lebih baik dan legal jika modal bisa didapatkan dari bank atau *creditor*.
2. Usaha yang dijalankan biasanya belum memiliki izin usaha serta NPWP dan legalitas lainnya.
3. Usaha yang dijalankan belum memiliki sistem administrasi yang lengkap dan segi keuangan juga belum dibedakan mana yang pribadi dan mana yang usaha.
4. Manajemen masih dilakukan secara sederhana.
5. Lokasi usaha masih didaerah rumah, kurang strategis.
6. Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada didalam usaha tersebut belum mumpuni.
7. Tingkat pendidikan dari SDM yang ada diusaha tersebut relatif rendah.
8. Pegawai atau karyawan yang dimiliki masih sedikit, mungkin 5-10 orang
9. Belum masuk dalam impor dan ekspor, walaupun ada masih sangat sedikit.
10. Usaha yang dilakukan masih dalam cakupan yang kecil.

Beberapa poin dari ciri-ciri tertentu diatas sudah terdapat pada jenis usaha kedai minuman Kopi & *Mocktail* ini, selain modal, izin usaha, dan bebas pajak, yang menjadi alasan utamanya. Seperti pada poin sistem administrasi dan keuangan, dan poin manajemen, usaha kecil kedai minuman seperti

ini jelas masih dilakukan secara sederhana. Hal ini juga sangat terlihat pada model usaha kedai Kopi & *Mocktail* dengan konsep *drink street* pinggir jalan. Usahanya hanya fokus pada produk minuman saja (dengan berbagai varian rasa), tidak melakukan penambahan produk lainnya, jadi masih dalam cakupan skala yang kecil.

Sementara kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh pemerintah melalui ciri-ciri jenis usaha UMKM, juga dapat menjadi peluang usaha sebagaimana yang dikatakan oleh para pemilik kedai minuman tersebut. Saat ini UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya (Rudjito; 2003). UMKM ini sendiri telah menjadi primadona dan andalan di Indonesia, karena telah menyumbang kurang lebih 60% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB). Tentu saja kondisi ini disebabkan karena jenis usaha kecil yang berkembang sangat pesat diseluruh wilayah Indonesia sehingga bisa memberikan kontribusi yang sangat signifikan bagi perekonomian Indonesia.

Disisi lain, peluang usaha seperti Kedai Minuman Kopi & *Mocktail* memang lebih banyak dilirik oleh kalangan muda. Hal ini didasarkan pada beberapa alasan yakni:

1. Produk yang ditawarkan / dijual pada usaha kedai minuman ini adalah produk minuman campuran yang menjadi kegemaran remaja dan anak muda atau disebut dengan istilah minuman kekinian. Oleh sebab itu, produsennya (pemilik) juga berasal dari kalangan muda karena sama-sama mengikuti perkembangan *trend* minuman kekinian beserta resep racikan-racikannya.
2. Konsep *drink street* yang dibangun oleh jenis usaha kedai minuman pinggir jalan seperti ini, juga sangat disukai dan lebih cocok dijalankan oleh kalangan muda. Karena lokasinya yang bisa dibidang tidak menetap, tergantung pada kesepakatan sewa menyewa dengan pemilik toko (seperti Alfamart, Indomaret, Q-Mart, dll) yang halaman parkirnya menjadi lokasi kedai minuman ini. Sehingga usaha kedai minuman ini bisa saja berpindah tempat/lokasi mencari tempat yang lebih ramai.
3. Banyaknya jumlah kedai minuman Kopi & *Mocktail* serta varian rasa yang hampir mirip antara satu dan yang lainnya, membuat tingkat persaingan pada jenis usaha kecil kedai minuman ini sangat tinggi. Untuk menyikapi kondisi persaingan tersebut, kalangan muda cenderung lebih kreatif, inovatif, dan berseni, sehingga mereka memiliki cara-cara tertentu untuk menarik konsumen, seperti mendesain bentuk *booth containernya* lebih 'unik' (dari segi model, warna cat, ataupun desain gambar *booth* nya) disesuaikan dengan karakter remaja



dan anak muda, desain gambar untuk kemasan gelas plastik, dan lain sebagainya.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penjabaran di atas maka dapat disimpulkan:

1. Sebagian besar konsumen yang merupakan pencinta dan penikmat minuman kopi & mocktail adalah yang berusia muda antara 15 – 45 tahun, baik berstatus sebagai pelajar dan mahasiswa maupun sebagai perkerja/karyawan, sehingga konsumen diusia ini menjadi target pasar utama dari jenis usaha kecil ini. Konsumen pada rentang usia ini merupakan konsumen yang aktif, dengan tingkat kesibukan yang cukup tinggi serta memiliki gaya hidup modern mengikuti *trend* masa kini, dan ketergantungan mereka pada produk minuman-minuman seperti ini pun cukup tinggi.
2. Usaha ini hanya diawali dengan modal kecil namun dapat memberikan pendapatan yang signifikan bagi pemiliknya, karena konsumsi pasar yang tinggi.

Memuat kesimpulan yang diperoleh dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya (jika ada).

Hal-hal yang dapat disarankan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Penelitian ini dapat dikembangkan lagi dengan tema yang sama namun obyek penelitian berbeda, seperti dampak yang timbul akibat penggunaan bahan kemasan plastik yang digunakan untuk mengemas minuman kopi ataupun *Mocktail*.
2. Calon pengusaha ataupun pengusaha yang telah memiliki usaha UMKM bidang penyediaan minuman harus lebih kreatif lagi baik dalam menciptakan varian rasa hingga penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan. Hal ini dalam upaya agar usaha yang dilakukan tetap berjalan dan bertahan ditengah tingkat persaingan yang tinggi.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penelitian ini baik itu pihak yang telah diwawancarai dan juga pihak yang turut mendukung dengan memberikan data-data lain agar penelitian ini dapat diselesaikan. Selain itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak pengelola jurnal telah diberikan kesempatan untuk mempublikasikan tulisan ini. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat dalam khasanah pengembangan keilmuan.

#### DAFTAR PUSTAKA

Amiek, Hamami. 2005. Pengetahuan Minuman dan Bar. Graha Ilmu. Yogyakarta.  
Budiarta, Kustoro. 2009. Pengantar Bisnis. Mitra Wacana Media. Jakarta.

Riyani, Benedicta Prihatini Dwi. 2003. Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian. Grasindo. Jakarta.  
Hendro. 2011. Dasar-dasar Kewirausahaan. Erlangga. Jakarta.  
Humaizar. 2010. Manajemen Peluang Usaha. Dian Anugerah Perkasa. Bekasi.  
Irfan Fahmi. 2017. Kewirausahaan – Teori, Kasus dan Solusi. Alfabeta. Bandung  
Kusumayadi dan Sugiarto. 2009. Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata. PT. Gramedia. Jakarta  
Saputra, E. 2008. Kopi. Harmoni. Yogyakarta.  
Subagyo, Ahmad. 2008. Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi. Gramedia. Jakarta.  
Suryana. 2013. Kewirausahaan. Salemba Empat. Surabaya.  
Takdir, Deddy dkk. 2015. Kewirausahaan. Wijana Mahadi Karya. Yogyakarta (*e-book*)  
Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah.

Jurnal:

Bhara L.A.M., 2009. Pengaruh Pemberian Kopi Dosis Bertingkat Per Oral 30 Hari terhadap Gambaran Histology Hepar Tikus Wistar. Skripsi. Fakultas Kedokteran. Universitas Diponegoro, Semarang. 15-17.  
Diunduh pada tanggal 11 Mei 2020.  
<http://eprints.undip.ac.id/14234/>  
Hafsah, M.J. 2015. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Jurnal Infokop. No. 25 Tahun 2015.  
Harsojuwono, Bambang Admadi, dkk. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Minuman *Barjaz Tea* di *Barjaz Company*. Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri. Vol. 5 No. 4. Desember 2017 : 41 – 50.  
Ridwansyah. 2003. Pengolahan Kopi. [Jurnal]. Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.  
Diunduh pada tanggal 11 Mei 2020.  
<https://scholar.google.co.id/citations?user=Yyio4pgAAAAJ&hl=id>  
Said, Irwanti. 2017. Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern. Jurnal Al-Khitabah, Vol. III, No.1. Juni 2017 : 33 – 47.  
Sancoko, Aldo Hardi. 2015. Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan dan Minuman Pada Depot *Time To Eat* Surabaya. Jurnal AGORA, Vol. 3 No. 1. Tahun 2015.  
Trisna Liestianty dkk. 2016. Manfaat Hasil Belajar “Membuat Minuman Non Alkohol” Sebagai Kesiapan Menjadi Bartender Siswa SMKN 9 Bandung. Media Pendidikan, Gizi dan Kuliner. Vol. 5, No. 1, April 2016 ; 69

(Jurnal Tata Boga – FPTK UPI – Bandung).

Artikel:

- Abraham Maslow. Hierarki Kebutuhan Maslow. Wikipedia.  
Diakses pada tanggal 28 November 2020. Melalui  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Hierarki\\_kebutuhan\\_Maslow](https://id.wikipedia.org/wiki/Hierarki_kebutuhan_Maslow)
- Hariyanto. 2020. Pengertian Peluang Usaha dan Contohnya, Buat Calon Pengusaha. Artikel AJAIB. Diunduh pada tanggal 2 November 2020 melalui [ajaib.co.id/pengertian-peluang-usaha-dan-contohnya-buat-calon-pengusaha/](http://ajaib.co.id/pengertian-peluang-usaha-dan-contohnya-buat-calon-pengusaha/).
- Hendra Kusuma. 2020. Peluang Bisnis Yang Kinclong Buat 2021. Detik Finance. Diakses pada tanggal 11 Desember 2020. Melalui  
[https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5288005/sri-mulyani-bocorkan-peluang-bisnis-yang-kinclong-buat-2021?utm\\_source=copy\\_url&utm\\_campaign=detikcomsocmed&utm\\_medium=btn&utm\\_content=news](https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5288005/sri-mulyani-bocorkan-peluang-bisnis-yang-kinclong-buat-2021?utm_source=copy_url&utm_campaign=detikcomsocmed&utm_medium=btn&utm_content=news)
- Ruziana. 2020. Mengelola Bisnis Minuman Pinggir Jalan Dengan Profesional. Artikel My Verandah. Diunduh pada tanggal 2 November 2020 melalui [unizara.com/2020/07/mengelola-bisnis-minuman-pinggir-jalan-dengan-profesional.html](http://unizara.com/2020/07/mengelola-bisnis-minuman-pinggir-jalan-dengan-profesional.html).