

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Intuisi Kopi

Intuisi Kopi, kedai kopi yang telah berdiri sejak Desember tahun 2019 dan beroperasi sejak Februari tahun 2020. Intuisi Kopi terletak di Km. 6,3 Jl. Beruntung Jaya, Kelurahan Pemurus Dalam. Kedai kopi yang menggunakan slogan Kopi & Pesan Hati Tersenyum ini menggunakan konsep tempat *indoor* dan *outdoor*, konsep ruangan *indoor* sendiri di olah sedemikian rupa layaknya ruang tamu yang di dalamnya terdiri dari berbagai sofa dan konsep *outdoornya* berupa tempat santai pada umumnya.

Harga menu yang ditawarkan di Intuisi Kopi bervariasi harga, selain minuman kopi ada pula yang non kopi, standar umum harga menu dikenakan biaya Rp 15.000 – Rp 20.000,-/cup. Adapun minuman *best seller* atau yang diminati para konsumen di kedai adalah minuman kopi Intuisi.

Fasilitas yang ada di kedai kopi ini berupa sofa, buku bacaan, *wifi*, kipas angin, dan ruangan ber ac.

2. Gambaran Umum Dharma Coffee

Dharma *Coffe*, kedai kopi yang telah berdiri sejak November tahun 2020 dan sudah beroperasi selama 4 bulan. Dharma *Coffe* beralamat di Jl. Skip Lama N0. 6 Antasan Besar, Kec. Banjarmasin Tengah. Kedai kopi ini memiliki konsep tempat *indoor* dan *outdoor*, yang di dalam ruangnya dengan fasilitas AC maupun kipas angin dan yang menjadi menarik tempat ini menggunakan meja yang terbuat dari ban mobil sebagai khas dari kedai kopi ini.

Harga menu yang ditawarkan di Dharma *Coffee* pun bervariasi harga dan rasa, mulai dari *non coffee* maupun *coffee* mulai dari Rp 15.000 – Rp 20.000,-/cup.

3. Gambaran Umum Stalker Coffee

Stalker Coffee, Kedai kopi yang berada di Jl. Pramuka Kel. Pemurus Luar, Kec. Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Telah berdiri sejak tahun 2019 dan telah beroperasi satu setengah tahun. Kedai kopi yang memiliki tempat *Indoor* dan *Outdoor* ini memiliki fasilitas AC di ruangnya. Dengan konsep yang sederhana namun dikemas agar tempatnya menjadi wadah bahagia bagi konsumen yang berhadir. Menu yang ditawarkan di *Stalker Coffee* pun bervariasi rasa dan harga. Mulai dari kopi ataupun nonkopi. Mulai harga Rp 15.000 - Rp 18.000. buka mulai pukul 17.00-00.00 WITA.

4. Identitas Informan

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan peneliti dengan wawancara langsung, penulis mendapatkan data-data yang berhubungan dengan Tren Berwirausaha Kedai Kopi Oleh Pemuda di Kota Banjarmasin oleh *Owner*/pemilik usaha langsung.

Nama	:	Nurdin Ardalepa
Jenis Kelamin	:	Laki-laki
Alamat	:	Jl. Pramuka Komp. DPRD
Pendidikan Terakhir	:	SMA
Tempat Kerja	:	Jl. Beruntung Jaya KM. 6,3, Kel. Pemurus Dalam, Rt 45 No 03.
Jabatan di Intuisi Kopi	:	<i>Owner</i> /pemilik
Usia	:	23 Tahun

Nama	:	M. Agnin Maghfirah
Jenis Kelamin	:	Laki-laki
Alamat	:	Jl. Pramuka Komp. Dprd No. 4
Pendidikan Terakhir	:	SMA
Tempat Kerja	:	Jl. Skip Lama. NO. 6 Antasan Besar, Kec. Banjarmasin Tengah

Jabatan di Dharma <i>Coffe</i>	:	<i>Owner/pemilik</i>
Usia	:	21 Tahun

Nama	:	Ahmad Fadillah S.E.
Jenis Kelamin	:	Laki-laki
Alamat	:	Jl. Rahayu
Pendidikan Terakhir	:	S1 Ekonomi Syariah UIN Antasari Banjarmasin
Tempat Kerja	:	Jl. Pramuka
Jabatan di Stalker Coffee	:	<i>Owner/pemilik</i>
Usia	:	25 Tahun

5. Deskripsi Hasil Wawancara

a. Intuisi Kopi

Berdasarkan wawancara, apa yang di informasikan dari informan dirasa sangat membantu peneliti dalam penelitiannya ini. Pemilik kedai di jadikan informan karena dianggap memenuhi kriteria sebagai narasumber dan memahami bagaimana tren berwirausaha kedai kopi oleh pemuda di kota Banjarmasin.

Berbicara perihal tren kopi ini, tren sejak tahun 2016 semenjak diterimanya lagu-lagu indie, film Filosofi Kopi. Di Kota Banjarmasin sendiri karena merupakan pusat perkotaan yang banyak pemuda/i di dalamnya. Kopi ini tren karna di dukung adanya tempat-tempat nongkrong yang mana ini menjadi hal yang lumrah untuk pemuda yang ber usia 19-25 tahun bahkan diatas 25 tahun. Jadi menurut informan hal ini di dukung oleh 2 aspek :

- a) Tempat nongkrongnya
- b) Kopinya

Banyaknya pemuda mendirikan kedai kopi menurut analisa informan adalah yang pertama karena tren dan yang kedua percaya bahwa usaha kedai kopi ini tak akan pernah mati dan yang ketiga banyak sudah pemuda berubah pola pikirnya bahwa seorang pemuda harus membuka sebuah usaha untuk memberikan lapangan kerja karna seminimal mungkin dengan membuka usaha dapat membantu orang untuk mencari lapangan kerja.

Tujuan mendirikan kedai kopi ini yang pertama karna sadar bahwa informan sebagai tulang punggung keluarga, kedua untuk menutup hobi informan sebagai orang yang sering nongkrong hingga terpikir mengapa tak menciptakan tempat nongkrong sendiri. Ketiga karna informan masih seorang mahasiswa, sebelum melepas status mahasiswa informan berpikir untuk menciptakan usahanya sendiri sekaligus memanfaatkan akses dan status mahasiswa dengan relasi sebagai pelanggan. Alasan mendirikan usaha kedai kopi di kota Banjarmasin karena informan sekarang berkuliah di kota Banjarmasin dan banyak memiliki teman di daerah ini karna kalau dilihat prospeknya lebih unggul di kota ini dibanding harus mendirikan di kota asal tanah bumbu, batakan atau batu licin, selain itu alasan lainnya karena kota Banjarmasin nanti sebagai gerbang ibu kota di tahun 2004 maka dari itu informan menyiapkan sebuah usaha agar berkembang di waktu 2-3 tahun kedepan. Intuisi Kopi sendiri berdiri sejak Desember tahun 2019, informan memilih tempat Jl. Beruntung Jaya KM. 6,3 karena ini opsi tempat terakhir dari berbagai opsi tempat yang disiapkan, selain itu tempat ini dipilih karena memiliki tempat parkir yang luas dan harga sewa yang murah juga banyak kampus sebagai daya tarik konsumen, mulai dari kampus UIN Antasari Banjarmasin, Universitas Achmad Yani, dan Sari Mulia.

Informan sendiri memiliki prinsip tersendiri dalam berwirausaha, informan tidak memiliki target penjualan sehari harus berapa cup, yang terpenting selama sebulan mendapatkan omset. Kedai kopi Intuisi ini sendiri sebagai kedai kopi yang buka terlama dan tercepat menurut informan di kota Banjarmasin mulai pukul 09.00-03.00 Wita. Konsep tempat di Intuisi kopi ini seperti rumah layaknya

seperti ada ruang tamu, teras depan hal ini agar konsumen beranggapan agar mengopi seperti dirumah tanpa harus keluar rumah.

Konsep *live* musik yang diadakan Intuisi Kopi merupakan sebuah ide baru bukti selalu berkembangnya Intuisi Kopi, mulai di bulan Agustus hingga sekarang, adanya *live* musik dikarenakan saran dan hasil evaluasi selama berjalannya Intuisi hingga sekarang. Hingga hari ini ini merupakan sebuah kekuatan penuh untuk Intuisi kopi karena setiap ada *Live* Musik dipastikan kedai kopi ini selalu penuh dikunjungi, namun *live* musik ini tidak berlangsung setiap hari, hanya di hari-hari tertentu saja seminggu tiga kali, selain itu yang terbaru juga sekarang ada *Stand Up Comedy*.

Harga minuman di kedai kopi Intuisi ini pun menarik, mulai dari jam 09.00-16.00. per *cup* seharga Rp 10.000, informan berucap hal ini pastinya berimbas kepada keuntungan yang kecil namun informan berpikir hal ini lebih baik dari pada tidak memiliki pemasukan sama sekali di jam seperti itu.

b. Dharma Coffee

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dan informan dirasa apa yang disampaikan informan dirasa sangat membantu penulis dalam penelitiannya ini. Pemilik kedai dijadikan informan karena dianggap memenuhi kriteria sebagai narasumber dan memahami bagaimana tren berwirausaha kedai kopi oleh pemuda di kota Banjarmasin.

Berbicara perihal tren kedai kopi, menurut informan sendiri kedai kopi ini tren sejak tahun 2018-2019 sejak munculnya film *Filosofi Kopi* dan lagu indie juga sajak-sajak senja. Selain itu di dukungnya kedai kopi yang muncul diberbagai tempat hingga beberapa wilayah di Jawa, Sumatera hingga Kalimantan ini sendiri. Kedai kopi ini sendiri tidak hanya diminati para kaum pemuda yang berusia 19-25 tahun bahkan usia remaja 16-18 tahunpun banyak yang menyukainya. Menurut informan sendiri kedai kopi yang ada di Kota Banjarmasin hari ini +-150 kedai kopi yang tersebar di Kota Banjarmasin

Dharma Coffee ini sempat mengalami perubahan tempat yang dulunya berada di Jl. Dharma Coffee dan sekarang pindah di Jl. Skip Lama. Memiliki 7 *owner*

yang mendirikan kedai ini dan sekarang hanya tersisa 3 *owner*. Sebelum berdirinya kedai kopi ini dulunya informan hanya mendirikan Warung Kopi dengan minuman saset dan makanan nasi campur. Sebenarnya informan ingin mendirikan usaha Kedai Teh namun hari ini di kota Banjarmasin sendiri belum banyak bahkan belum ada kedai teh sebagai tempat untuk belajar, maka dari itu informan mendirikan kedai kopi karna berada di lingkungan teman-teman penikmat kopi. Mendirikan kedai kopi ini menggunakan modal +- Rp 30.000.000. Tantangan yang dihadapi informan dalam mendirikan usaha kedai kopi ini tentunya berbagai macam karena informan masih berstatus Mahasiswa dan aktif di berbagai organisasi internal maupun eksternal kampus namun dengan hal ini pun menjadi sebuah peluang tersendiri karna memiliki banyak teman dan sering berinteraksi dengan berbagai orang, selain itu dapat menjadi strategi sendiri untuk mengatur pertemuan. Informan sendiri seorang Seniman kampus hingga mudah menarik massa penggiat seni di Kota Banjarmasin.

Menurut informan tren kedai kopi ini di lingkungan pemuda khususnya mahasiswa ataupun pelajar karena keadaan hari ini kegiatan yang serba online yang mengakibatkan lebih banyak waktu luang hingga akhirnya mendirikan sebuah usaha kedai kopi, selain itu karena maraknya kedai kopi yang keren maka ada rasa tertarik untuk mendirikan juga atas dasar tren dan keren. Untuk informan sendiri mendirikan usaha kedai kopi dikarenakan untuk bertahan hidup karena informan seorang perantau yang tidak mungkin hanya mengandalkan dana yang didapat di orang tua.

Yang menjadi daya tarik atau kekuatan tersendiri dari *Dharma Coffee* ini adalah bukanya mulai sore hari hingga menjelang subuh, selain itu pula di malam-malam tertentu *Dharma Coffee* ini mengadakan *live* musik, wadah berpuisi dan *Art Painting* atau seni melukis dan coret *cup*/dinding atau tren lukis kontemporer semua itu terfasilitasi di *Dharma Coffee*. Fasilitas yang dimiliki kedai kopi ini berbagai macam, mulai dari alat musik, ruang yang ber AC dan menyediakan Ruang Meeting untuk konsumen yang memerlukan hal ini tentu menjadi

peluang daya tarik tersendiri untuk konsumen yang berkunjung di tambah lagi tempatnya dipinggir jalan dan dilingkungan sekolahan.

Tentunya kedai *Dharma Coffee* inipun memiliki kelemahan yang bakal menjadi ancaman ucap informan yaitu area yang bisa banjir dilahan parkir apabila musim hujan yang mengakibatkan air sungai naik, karena berada didekat pinggiran sungan Martapura, selain itu ada angin-anginan penyedot asap yang rusak belum diperbaiki hal ini menjadi kelemahan tersendiri. Yang menjadi masalah utama menurut informan tentunya kurangnya kreativitas dan inovasi terbaru untuk melakukan pembaharuan dari para owner selain itu yang menjadi ancaman di *Dharma Coffee* ini dikarenakan banyaknya owner menjadi sebuah masalah dalam internal sendiri karna bisa menghadirkan konflik pada saat diskusi berbeda pendapat dan dan lain hal selain itu juga perihal konsisten rasa maupun harga. Mengenai maraknya kedai yang tumbuh tidak menjadi sebuah masalah serius karena informan yakin tiap kedai memiliki massa konsumen yang berbeda-beda.

Ditengah maraknya usaha kedai kopi ini tentunya perlu strategi untuk bertahan, baik yang telah dijalan maupun yang akan dijalani, informan sendiri menyampaikan strategi hari ini dengan cara menjalankan sebuah event musik, kolaborasi dengan brand local dan akan membuat tempat *Roof Top* sebagai hal baru kedepan.

c. Stalker Coffee

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ketiga selaku *Owner*/pemilik kedai kopi *Stalker Coffee* dirasa apa yang disampaikan informan sangat membantu penulis dalam penelitiannya. Pemilik kedai dijadikan informan karena dianggap memenuhi kriteria sebagai narasumber dan memahami bagaimana tren berwirausaha kedai kopi oleh pemuda di kota Banjarmasin.

Tren kedai kopi yang disampaikan informan ini telah ada mulai sejak tahun 2017-2020 puncaknya. Kedai Kopi menjadi tren yang menjamur dikarenakan sebuah usaha yang kekinian dan booming di kota Banjarmasin, sama halnya seperti minuman-minuman terdahulu seperti *Cappucino cincau*, *bubble* dsb. Latar

belakang informan mendirikan usaha kedai kopi dikarenakan hobi informan yang suka ngopi, nongkrong dan berada di lingkungan teman-teman yang juga penikmat kopi. Selain dari pada itu juga di dukung modal yang cukup untuk mendirikan usaha kedai kopi, dirasa ada peluang pasar/konsumen dari teman-teman dekat maka informan mendirikan usaha kedai kopi ini. Faktor pendukung lain dari maraknya tren berwirausaha kedai kopi di kalangan pemuda ini juga di dukung ramainya musik-musik indie, sajak senja dan terkhusus film *Filosofi Kopi* yang di perankan oleh aktor Chico Jericho dan Rio Dewanto.

Stalker Coffee sendiri berdiri sejak Mei 2019 dan beberapa kali melakukan pindah tempat, mulai dari kedai yang berada di pinggir jalan kemudian konsep rumahan hingga kembali ke konsep kedai di pinggir jalan. Pasang surut hambatan serta tantangan menjadi kisah tersendiri untuk pemilik *Stalker Coffee* ini. Kedai kopi ini memiliki 2 *owner*/pemilik, bang Fadil dan bang Wisnu. Latar belakang S1 Ekonomi Syariah sebagai bekal untuk berjuang di dunia wirausaha di usaha kedai kopi ini. Informan sendiri juga beranggapan bahwa menjadi seorang barista itu keren hal itu juga menjadi faktor pendukung tersendiri dalam mendirikan usaha kedai kopi ini selain dari pada memang sedikit banyaknya paham perihal dunia perkopian.

Dalam strategi pemasarannya sendiri tidak ada kategori khusus dalam pemasarannya kecuali teman-teman dekat beliau saja. Lepasnya status mahasiswa menjadi point tersendiri agar lebih fokus di bidang ini ucap informan. Faktor yang menyebabkan banyaknya pemuda yang mendirikan usaha kedai kopi ini karena ruang lingkup pemuda yang memang hobi menongkrong, nah melihat kiranya hal itu dapat dijadikan sebuah peluang maka banyak pemuda yang berinisiatif untuk mendirikan usaha kedai kopi ini.

Persaingan kedai kopi yang sangat kompetitif di kota Banjarmasin menjadi sebuah hal yang menarik menurut informan sendiri. Bahkan di lingkungan sepanjang jalan Km. 6 Jl. Pramuka tempat *Stalker Coffee* berada ada kisaran 7-8 kedai kopi yang telah hadir, pada awalnya hanya sekitar 3 saja hal ini membuktikan usaha kedai kopi memang sangat kompetitif. Informan sendiri

mendirikan usaha kedai kopi di kota Banjarmasin karena memang ruang lingkup teman-teman pencinta kopi yang cukup ramai sehingga dapat dijadikan peluang, padahal informan berasal dari Kab. Kapuas Kalimantan Tengah.

Kekuatan yang dimiliki kedai ini tentunya lahan parkir yang cukup panjang, AC yang sejuk serta pelayanan yang interaktif berkomunikasi dengan konsumen serta adanya menu resep spesial dari informan selaku pemilik. Kelemahan yang ada di kedai ini tentunya belum adanya pembayaran melalui media elektronik seperti QRIS, Dana dan OVO serta belum terdaftar di aplikasi pesan antar seperti Go Food/Grab Food.

B. Analisis Data

1. Tren Berwirausaha Kedai Kopi Oleh Pemuda

a. Intuisi Kopi

Sebagaimana data hasil wawancara dan observasi yang disampaikan informan dirasa sudah cukup sangat jelas, pemilik kedai diatas dijadikan informan karena dianggap memenuhi kriteria sebagai narasumber dan memahami serta mengikuti arus tren usaha kedai kopi.

Informan menjelaskan secara rinci dan sederhana mengenai tren berwirausaha kedai kopi oleh pemuda di kota Banjarmasin, sehingga di dapatkan hasil yang menjadi pertanyaan dari rumusan masalah.

Sesuai dengan pengertiannya tren adalah segala sesuatu yang sedang dibicarakan, disukai atau bahkan digunakan oleh sebagian besar masyarakat pada saat tertentu. Usaha kedai kopi sendiri menjadi sebuah tren karena di dukung adanya tempat-tempat nongkrong di kota Banjarmasin terkhusus semenjak diterimanya lagu-lagu indie, dan film Filosofi Kopi, selain itu banyak pemuda di kota Banjarmasin mendirikan kedai kopi dikarenakan tren dan juga percaya bahwa usaha kedai kopi ini tak akan pernah mati, selain pada itu telah ubahnya pola pikir pemuda yang hari ini berpikir harus membuka sebuah usaha untuk memberikan lapangan kerja seminimal mungkin, karna dengan membuka usaha dapat membantu orang untuk mencari lapangan pekerjaan ucap informan.

Owner Intuisi kopi selaku informan mengatakan Yang menjadikan minat mendirikan usaha kedai kopi ini dikarenakan informan memiliki hobi sering nongkrong hingga akhirnya terpikir mengapa tak menciptakan tempat nongkrong sendiri, selain pada itu informan melihat peluang yang cukup menarik dengan masih melakatnya status mahasiswa, maka hal itu menjadi sebuah peluang tersendiri untuk memanfaatkan pelanggan berhadir ke usaha kedai kopi nya.

Informan sadar karena sebagai tulang punggung keluarga beliau harus mendirikan sebuah usaha, dan usaha kedai kopi lah yang dipilihnya. Strategi yang digunakan dalam membangun dan mempertahankan di tengah melandanya tren berwirausaha kedai kopi ini pun cukup menarik, menggunakan strategi *Live* musik di hari-hari tertentu sebagai daya tarik konsumen hingga mengadakan kontes *Stand Up Comedy*, strategi penurunan harga di jam tertentu pun menjadi hal yang menarik digunakan oleh *owner* kedai Intuisi Kopi ini. Berdasarkan analisis data yang ada, usaha kedai kopi ini dapat dikatakan sebuah tren karena sedang ramai diperbincangkan, disukai juga digunakan sebagai usaha bisnis semua telah dibuktikan melalui hasil wawancara dan analisis data diatas.

Berdasarkan teori kewirausahaan yang ada, informan selaku pemuda dapat dikatakan sebagai wirausahawaan karena sesuai teori yang ada :

- 1) Penuh percaya diri
- 2) Memiliki inisiatif
- 3) Memiliki motif berprestasi
- 4) Memiliki jiwa kepemimpinan
- 5) Berani mengambil resiko (Suryana, 2016).

Informan telah menerapkan pola pikir untuk kemajuan usaha melalui penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang, hal ini dibuktikan dengan terus berkembangnya hal-hal ide baru dalam penyajian konsep tempat, hiburan dan menu. Selain itu informan juga memiliki sifat pekerja keras dan mau berkorban juga berani mengambil resiko serta mampu memberikan lapangan pekerjaan baru, semua ini telah dibuktikan sesuai dengan hasil wawancara dan kenyataan dilapangan.

Dalam menjalankan usaha bisnisnya informan telah masuk dalam kategori wirausahawan muda kedai kopi di kota Banjarmasin, dibuktikan aspek/komponen ciri-ciri kewirausahaan yang ada dan usia yang masih 23 tahun.

b. *Dharma Coffee*

Berdasarkan wawancara, ternyata keterangan antar informan tidak terlalu berbeda, bahkan cenderung sama dikarenakan sama-sama seorang pemuda dan berstatus mahasiswa, pemilik kedai dijadikan informan karena dianggap memenuhi kriteria sebagai narasumber dan memahami tren berwirausaha kedai kopi oleh pemuda di kota Banjarmasin.

Menurut hasil wawancara diatas penulis menganalisis perihal tren yang telah disampaikan informan, dari apa yang telah disampaikan tren berwirausaha kedai kopi di Kota Banjarmasin ini sejak tahun 2018/2019 semua itu dasari sejak munculnya film *Filosofi Kopi*, lagu indie dan sajak-sajak senja. Semua itu juga didukung banyaknya kedai kopi yang lahir dan berkembang di berbagai wilayah khususnya Kalimantan Selatan Kota Banjarmasin. Ditambah lagi minat dari semua kalangan, baik remaja, muda ataupun orang tua kepada rasa biji kopi yang berbagai macam dengan konsep tempat yang menarik. Karna pada dasarnya para kaum milenial menyukai tempat tongkrongan yang mendukung berbagai fasilitas.

Banyak para pemuda yang mendirikan usaha kedai kopi ini pun dikarenakan mereka yakin dan percaya memiliki jumlah massa konsumen yang banyak ditambah lagi informan seorang aktivis mahasiswa di bidang keseninan, itu salah satu hal yang mendasari informan mendirikan sebuah usaha kedai kopi ini. Infroman sendiri tidak tau tren kedai kopi ini nantinya sampai kapan, namun informan sendiri yakin lidah masyarakat Indonesia tidak akan pernah lepas dari rasa biji kopi ini untuk kedepannya.

Sesuai dengan pengertiannya tren adalah segala sesuatu yang sedang dibicarakan, disukai atau bahkan digunakan oleh sebagian besar masyarakat pada saat tertentu, dan berdasarkan analis data yang ada usaha kedai kopi di kalangan pemuda memang sedan tren karna banyak dibicarakan dan digunakan sebagai

sebuah usaha bisnis semua ini dibuktikan melalui hasil wawancara dan kenyataan dilapangan.

Berdasarkan teori kewirausahaan, informan selaku pemilik kedai dapat dikatakan sebagai wirausahawan karena berdasarkan teori yang ada sebagai berikut :

- 1) Penuh percaya diri
- 2) Memiliki inisiatif
- 3) Memiliki motif berprestasi
- 4) Memiliki jiwa kepemimpinan
- 5) Berani mengambil resiko (Suryana, 2016).

Semua ini dibuktikan melalui hasil wawancara dengan informan. Selain itu juga informan selaku *owner* penuh percaya diri membangun mulai dari awal hingga harus pindah tempat tidak menjadi sebuah masalah serius dalam berwirausaha selain itu informan mampu membuka peluang kerja baru untuk orang sekitar namun. Informan pun dikatakan seorang wirausahawan muda dikarenakan usia yang masih terbilang sangat muda yaitu 21 tahun begitu pula 2 owner lainnya.

c. *Stalker Coffee*

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ke 3, ternyata keterangan yang diberikan pun tidak jauh berbeda dari informan 1 dan 2, bahkan cenderung sama, yang membedakan hanya status informan yang telah selesai Strata 1 Ekonomi Syariah. Pemilik kedai dijadikan informan karena dianggap memahami tren berwirausaha kedai kopi oleh pemuda di kota Banjarmasin.

Menurut hasil wawancara diatas penulis menganalisis perihal tren berwirausaha kedai kopi yang disampaikan informan. Usaha kedai kopi ini menjadi sebuah tren karena termasuk usaha kekinian yang *booming* di kota Banjarmasin ucap informan. Dan semua itu didukung dengan adanya musik indie terkhusus film Filosofi Kopi sama halnya informan sebelumnya. Selain daripada itu banyaknya pemuda yang mendirikan usaha kedai kopi ini karna melihat peluang banyaknya anak muda, remaja bahkan orang tua yang memang hobi

nongkrong. Informan sendiri mendirikan usaha kedai ini karena memang menyukai/penikmat berbagai macam jenis kopi, ditambah lagi lingkungan pergaulan informan yang juga pecinta kopi, hal ini tentunya dijadikan momentum peluang dalam mendirikan usaha kedai kopi menurut informan, selain juga didukung modal yang cukup untuk mendirikan usaha ini.

Berdasarkan pengertiannya tren adalah segala sesuatu yang sedang dibicarakan, disukai atau bahkan digunakan oleh sebagian besar masyarakat tertentu. Sesuai hasil analisis data, usaha kedai kopi dikalangan pemuda di kota Banjarmasin memang sedang tren dikarenakan banyak menjadi pembicaraan dan disukai hingga digunakan sebagai usaha untuk memenuhi hidup semua ini dibuktikan melalui hasil wawancara bersama informan dan fakta dilapangan.

Berdasarkan teori kewirausahaan yang ada, informan selaku owner dapat dikatakan sebagai wirausahawan karena sesuai teori yang ada :

- 1) Penuh percaya diri
- 2) Memiliki inisiatif
- 3) Memiliki motif berprestasi
- 4) Memiliki jiwa kepemimpinan
- 5) Berani mengambil resiko (Suryana, 2016)

Informan adalah orang yang percaya diri, memiliki jiwa kepemimpinan dan berani mengambil resiko. Semua ini dibuktikan dari hasil wawancara yang ada, sudah berdirinya kedai hampir 2 tahun membuktikan bahwa penuh percaya diri dan konsisten dalam membangun, selain itu berhasilnya memimpin dan mengatur para karyawannya agar bersikap harmonis terhadap pelanggan serta berani mengambil resiko yang dibuktikan berani mencoba pindah tempat untuk mencari sebuah tantangan.

2. Hambatan dan Tantangan Pemuda Dalam Mendirikan Usaha Kedai Kopi

a. Intuisi Kopi

Dalam menjalankan sebuah usaha bisnis tentunya akan ada hambatan dan tantangan yang dihadapi salah satunya usaha kedai kopi ini, informasi yang di dapatkan dari informan ini yang menjadi hambatan dan tantangan dalam mendirikan usaha kedai kopi ini ada berbagai macam. Dikarenakan informan masih status mahasiswa, hal ini tentunya menjadi salah satu hambatan dan tantangan yang dihadapi karena tentu beresiko pada keterlambatannya lulus berkuliah/tertunda untuk lulus tepat waktu, selain itu restu dan pembuktian kepada orang tua, juga menjadi *Entrepreneur* muda harus bisa membagi waktu dan yang perlu diketahui ketika menjadi seorang pengusaha pastinya tidak ada gaji tetap. Seiring berjalannya kedai kopi ini yang dirintis mulai dari modal yang minim, tentunya pengembangan terhadap kedai kopi ini pun menjadi sebuah tantangan tersendiri, ketika mendapatkan keuntungan, keuntungan tersebut perlu diputar kembali untuk melanjutkan pengembangan mulai dari alat kopi, jenis kopi, dan infrastruktur yang lebih memadai untuk kenyamanan pelanggan.

Seperti yang diketahui tentunya setiap merintis sebuah usaha pasti akan ada pengusaha lain yang berjenis sama (Kedai Kopi) sebagai lawan bisnis, seiring berjalannya waktu tumbuhlah kedai-kedai kopi baru di di sekitaran Intuisi Kopi, hal ini mengharuskan *Owner* untuk tidak kehabisan ide dalam mengembangkan usaha bisnis yang telah dibangun.

Informan sendiri yakin terhadap peluang dari usaha kedai kopi ini tidak akan pernah mati, selama ide-ide terus terlahir dan mampu mengembangkan, tekun dan konsisten di usaha bisnis ini. Apalagi menurut ahli kopi dan salah satu konsultan kopi terkemuka di Indonesia, Adi Taroepratjeka, fenomena ini termasuk wajar. “Ya mau tidak mau harus diakui kopi sedang trendi saat ini, sehingga banyak yang tdiergoda untuk terjun ke dalamnya,” hal ini juga tidak terlepas dari gaya hidup masyarakat urban yang gemar berkumpul.

b. Dharma Coffee

Dalam menjalankan sebuah usaha tentu ada yang namanya tantangan dan hambatan dari yang telah disampaikan informan selaku *owner* Dharma *Coffee* ini hambatan dan tantangan yang dihadapi tentunya berbagai macam, seperti yang

telah disampaikan informan di hasil wawancara diatas, perihal banjir ketika air pasang disebabkan hujan, fasilitas penyedot asap yang belum diperbaiki, tentunya ini menjadi sebuah hambatan tersendiri untuk kenyamanan yang ada di *Dharma Coffee*.

Mengenai tantangan yang dirasakan informan selaku *owner Dharma Coffee* tentunya berbagai macam, mulai dari status *owner* yang masih mahasiswa sehingga mengharuskan informan untuk membagi waktunya antara berwirausaha ataupun berkuliah serta berorganisasi, kemudian di usia yang masih cukup muda informan dituntut harus paham dengan dunia wirausaha, ditambah pengembangan ilmu kreativitas dan inovasi harus terus berjalan beriringan untuk mengembangkan serta memajukan usaha kedai agar terus berkembang kedepannya, ditambah banyaknya jumlah *owner* pun menjadi sebuah tantangan tersendiri karena dapat menjadikan sebuah konflik internal pada saat berdiskusi.

c. Stalker Coffee

Ketika menjalankan sebuah usaha tentu ada yang namanya tantangan dan hambatan, saat membangun, menjalankan atau mempertahankan. Seperti yang telah disampaikan informan *owner Stalker Coffee* ini, berbagai hambatan dan tantangan yang dihadapi, namun apa yang disampaikan cenderung sama seperti yang telah disampaikan informan kedai kopi sebelumnya.

Hambatan dan tantangan yang dirasakan ketika menjalankan usaha kedai kopi ini tentunya lebih ke pembaharuan ide inovasi dan kreativitas. Karna hal ini sangat diperlukan untuk kemajuan kedai. Mulai dari konsep tempat, menu dan hal pendukung lainnya. Ditambah mahalnya harga alat pembuat kopi pun menjadikann hambatan tersendiri yang dirasakan informan.

Kurang lebih 2 tahun berdiri berbagai tantangan dirasakan, sempat pindah tempat dan akhirnya kembali ke tempat semula. Hal ini dikarenakan ingin mencoba nuansa baru kedai kopi dari rumah, namun ternyata banyak kendala dan tantangan yang dirasakan, karena berada di lingkungan perumahan tentunya kedai kopi susah untuk buka hingga larut malam, tidak bisa terlalu berisik hingga membuat konsumen kurang leluasa dan mengganggu masyarakat sekitar.

2. Analisis SWOT Tren Berwirausaha Kedai Kopi oleh Pemuda di Kota Banjarmasin

a. Intuisi Kopi

1) Analisis SWOT Faktor Eksternal

Tabel IV.I : EFAS Intuisi Kopi

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
PELUANG : Memiliki fasilitas cukup lengkap.	0,21	4	3,20
Memiliki tempat yang cukup luas.	0,14	3	1,20
Konsumen akan merasa lebih nyaman dengan adanya banyak hiburan.	0,14	3	1,80
Konsumen memiliki kesempatan untuk belajar membuat kopi sendiri.	0,14	4	4,00

ANCAMAN : Tingginya tingkat persaingan kedai-kedai kopi di Kota Banjarmasin.	0,21	1	1,60
Bahan baku yang semakin mahal.	0,14	2	1,80
TOTAL	0,98		2,73

2) Analisis SWOT Faktor Internal

Tabel IV.II : IFAS Intuisi Kopi

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
KEKUATAN : Memiliki jam operasional lebih panjang mulai pukul 09.00-03.00 Wita.	0,14	4	0,56
Memiliki fasilitas pendukung yang cukup lengkap	0,10	4	0,4
Memiliki metode pembayaran berbasis digital	0,10	4	0,4
Memiliki konsep tempat <i>Indoor</i> dan <i>Outdoor</i>	0,14	4	0,56
Konsumen diberi kesempatan untuk melakukan <i>Open Bar</i> .	0,10	3	0,3
Adanya Event (hiburan) setiap minggunya seperti <i>Stand Up</i>	0,10	4	0,4

<i>Comedy dan Live Music.</i>			
Harga promo setiap harinya dari jam 09.00-16.00 Wita.	0,14	4	0,56
KELEMAHAN : Letak tempat rawan banjir apabila hujan lebat.	0,03	1	0,03
Memiliki tim kerja yang kurang profesional.	0,07	1	0,07
Usaha Kedai Kopi yang masih baru dirintis.	0,07	2	0,014
TOTAL	0,99		3,42

Selanjutnya untuk membuat hasil analisis menjadi lebih baik, maka melanjutkan format analisis dengan menentukan keputusan strategis dengan pendekatan matriks SWOT. Keputusan ini dilakukan agar dapat memberikan pengarahannya keputusan yang akan dilakukan tersebut diharapkan mampu memberi pengaruh jangka panjang.

Tabel IV.III : Matriks SWOT Intuisi Kopi

IFAS	<i>STRENGTHS (S)</i>	<i>WEAKNESSES (W)</i>
------	----------------------	-----------------------

EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki jam operasional lebih panjang mulai pukul 09.00-03.00 Wita. 2. Memiliki fasilitas pendukung yang cukup lengkap 3. Memiliki metode pembayaran berbasis digital 4. Memiliki konsep tempat <i>Indoor</i> dan <i>Outdoor</i> 5. Konsumen diberi kesempatan Open Bar 6. Adanya event (hiburan) setiap minggunya sseperti <i>Stand Up Comedy</i> dan <i>Live Music</i> 7. Harga Promo setiap harinya dari jam 09.00-16.00 Wita. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Letak tempat rawan banjir apabila hujan lebat 2. Memiliki tim kerja kurang profesional 3. Usaha kedai kopi yang masih baru dirintis
<p><i>OPPOERTUNITIES</i> (O)</p> <p>a. Memiliki fasilitas cukup lengkap</p>	<p>STRATEGI SO</p> <p><i>Owner</i> perlu konsisten dengan yang ada sekarang dan terus kembangkan agar</p>	<p>STRATEGI WO</p> <p><i>Owner</i> perlu lebih tegas dan mendisiplinkan serta lebih memperhatikan kenyamanan</p>

b. Memiliki tempat yang cukup luas c. Konsumen akan merasa lebih nyaman dengan adanya banyak hiburan d. Konsumen memiliki kesempatan untuk belajar membuat kopi sendiri	usaha kedai kopi ini semakin lebih baik.	konsumen yang datang.
THREATS (T) 1. Tingginya tingkat persaingan kedai-kedai kopi di Kota Banjarmasin 2. Bahan Baku yang semakin mahal	STRATEGI ST <i>Owner</i> perlu melakukan evaluasi tiap minggunya.	STRATEGI WT <i>Owner</i> perlu memperhatikan kondisi dan situasi demi kenyamanan konsumen

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa keputusan strategi yang telah dijabarkan melalui pendekatan Matrik SWOT adalah :

a) Strategi SO

Owner perlu konsisten dengan yang ada sekarang dan terus kembangkan agar usaha kedai kopi ini semakin lebih baik.

b) Strategi ST

Owner perlu melakukan evaluasi tiap minggunya.

c) Strategi WO

Owner perlu lebih tegas dan mendisiplinkan serta lebih memperhatikan kenyamanan konsumen yang datang.

d) Strategi WT

Owner perlu memperhatikan kondisi dan situasi demi kenyamanan konsumen

b. Dharma Coffee

1) Analisis SWOT Faktor Eksternal

Tabel IV.IV : EFAS Dharma Coffee

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
PELUANG :			0,8
Sebagai titik kumpul/nongkrong/rapat para remaja, pemuda atau orang tua.	0,2	4	
Memiliki rencana berkolaborasi dengan Brand Lokal	0,32	4	1,28
Sebagai wadah berkumpulnya organisasi/komunitas pemuda terkhusus di bidang seni	0,24	4	0,96
ANCAMAN :			0,14
Tidak memiliki struktur atau tata kelola manajemen yang jelas	0,24	1	
TOTAL	1,00		3,18

2) Analisis SWOT Faktor Internal

Tabel IV.V : IFAS Dharma Coffee

Faktor-Faktor Strategi Internal :	Bobot	Rating	Bobot X Rating
KEKUATAN :			3,60
Memiliki Konsep tempat yang membuat konsumen bisa mengekspresikan diri melalui bidang seni	0,21	4	
Memiliki Fasilitas Ruang Rapat	0,18	2	1,20
Berada di kawasan pelajar	0,18	2	1,20
Memiliki menu spesial yang banyak diminati konsumen	0,24	4	3,20
KELEMAHAN :			2,10
Kurangnya kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan usaha	0,6	1	
Tempat parkir yang terbatas	0,12	3	2,40
TOTAL	4,4		2,94

organisasi/komunitas pemuda terkhusus bidang seni		
<i>THREATS</i> (T) Tidak memiliki struktur atau tata kelola manajemen yang jelas	STRATEGI ST <i>Owner</i> perlu memberikan ide inovasi kreativitas terbaru untuk mempertahankan usaha	STRATEGI WT <i>Owner</i> harus membuat struktur manajemen yang jelas dalam usaha kedai kopi

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa keputusan strategi yang telah dijabarkan melalui pendekatan Matriks SWOT adalah :

- a) Strategi SO
Owner harus terus mengembangkan usaha dan branding lokasi usaha karena berada di kawasan pelajar.
- b) Strategi ST
Owner perlu memberikan ide inovasi kreativitas terbaru untuk mempertahankan usaha agar usaha.
- c) Strategi WO
Owner perlu memperhatikan lingkungan parkir agar konsumen lebih merasa aman dan nyaman.
- d) Strategi WT
Owner harus membuat struktur manajemen yang jelas dalam usaha kedai kopi.

c. Stalker Coffee

- 1) Analisis SWOT Faktor Eksternal

Tabel IV.VII :EFAS Stalker Coffee

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
----------------------------------	-------	--------	----------------------

PELUANG :	0,37	3	1,11
Mudah membangun hubungan dengan pelanggan			
Diketahui banyak orang karena telah berdiri sejak lama	0,37	3	1,11
ANCAMAN :	0,12	4	0,48
Banyaknya pesaing dengan jenis usaha yang sama			
Tidak ada perkembangan kedai yang signifikan	0,12	4	0,48
TOTAL	0,98		3,18

2) Analisis SWOT Faktor Internal

Tabel IV.VIII : IFAS Stalker Coffee

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
KEKUATAN :	0,19	4	0,76

Service terhadap pelanggan yang baik			
Tempat yang strategis di daerah keluar masuk perbatasan	0,16	3	0,48
Tempat parkir yang cukup luas	0,14	2	0,28
Memiliki relasi kolaborasi dengan brand lokal	0,16	3	0,48
Sudah berdiri hampir 2 tahun	0,14	4	0,56
KELEMAHAN : Belum bermitra dengan Aplikasi Gojek atau Grab	0,09	2	0,18
<i>Outdoor</i> hanya tersedia malam hari	0,09	3	0,27
TOTAL	0,97		3,01

Selanjutnya untuk membuat hasil analisis menjadi lebih baik, maka dilanjutkan format analisis dengan menentukan keputusan strategis dengan pendekatan matriks SWOT. Keputusan ini dilakukan agar dapat memberikan pengarahannya keputusan yang akan dilakukan tersebut diharapkan mampu memberi pengaruh jangka panjang.

Tabel IV.IX : Matriks SWOT Stalker Coffee

IFAS EFAS	<i>STRENGTHS (S)</i> 1. <i>Service</i> terhadap pelanggan yang baik 2. Tempat yang strategis di daerah keluar masuk perbatasan 3. Tempat parkir yang cukup luas 4. Memiliki relasi kolaborasi dengan brand lokal 5. Sudah berdiri hampir 2 tahun	<i>WEAKNESSES (W)</i> 1. Belum bermitra dengan aplikasi gojek atau grab 2. <i>Outdoor</i> hanya tersedia malam hari
<i>OPPORTUNITIES (O)</i> 1. Mudah membangun hubungan dengan pelanggan 2. Diketahui banyak orang, karena telah berdiri sejak lama	STRATEGI SO Selalu memberi <i>service</i> terbaik untuk pelanggan agar hubungan harmonis selalu mudah terbangun	STRATEGI WO Mencari ide gagasan terbaru agar dapat buka <i>outdoor</i> di sore hari karna banyak orang yang kemungkinan akan santai dikedai
<i>THREATS (T)</i> 1. Banyaknya pesaing dengan jenis usaha yang sama	STRATEGI ST Selalu berikan pembaharuan kreatifitas dan inovasi agar berkembang	STRATEGI WT Berani mengambil resiko untuk pengembangan kedai agar tidak <i>stagnan</i>

2. Tidak ada perkembangan yang signifikan		
---	--	--

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa keputusan strategi yang telah dijabarkan melalui pendekatan Matrik SWOT adalah :

a) Strategi SO

Selalu memberikan *service* terbaik untuk pelanggan agar hubungan harmonis selalu terbangun.

b) Strategi ST

Selalu berikan pembaharuan kreatifitas dan inovasi agar usaha berkembang.

c) Strategi WO

Mencari ide gagasan terbaru agar dapat buka outdoor di sore hari karna banyak konsumen yang memiliki hobi minum kopi dan akan santai dikedai.

d) Strategi WT

Berani mengambil resiko untuk pengembangan kedai agar tidak stagnan.