

# MEMULAI USAHA *COFFEE SHOP* DI ERA NEW NORMAL COVID-19: KAJIAN ANTROPOLOGI TENTANG KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA DI KOTA PADANG

Annisa Azarin<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Antropologi Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas

\*Corresponding author: annisaazarin15@gmail.com

---

**Abstract.** *The outbreak of the Covid-19 virus pandemic at the beginning of 2020 has brought various bad impacts in the business world, one of which is the coffee beverage industry or coffee shop. Several studies state that the Large-Scale Social Restriction (PSBB) policy implemented by the Government to break the chain of the spread of Covid-19 has resulted in many coffee shop businesses experiencing a decline and even closing. However, in the era of the New Normal policy, the coffee beverage business seems to be growing rapidly and most of these coffee shop businesses involve young entrepreneurs, including students. This study aims to see what their motivations are in managing their business in the midst of the Covid-19 pandemic and how to adapt their activities while managing their business in the midst of this Covid-19 pandemic.*

## **Keyword:**

Coffee shop, mahasiswa, motivasi, adaptasi

## **Article Info**

### **Received:**

15 October 2021

### **Accepted:**

6 December 2021

### **Published:**

9 December 2021

---

## **1. Pendahuluan**

Pada awal tahun 2020, dunia digemparkan dengan merebaknya fenomena baru dengan kemunculan virus baru yaitu coronavirus *severe acute respiratory syndrome coronavirus-2* (SARS-CoV-2) dan penyakitnya disebut *Coronavirus disease 2019* yang disingkat dengan Covid-19. Di Indonesia sampai saat ini masih melawan Covid-19, begitu juga di negara-negara lain. Jumlah kasus Virus Covid-19 ini terus bertambah dengan beberapa yang melaporkan kesembuhan, tetapi tidak sedikit juga yang meninggal. Usaha yang dilakukan untuk penanganan dan pencegahan akan terus dilakukan demi melawan Covid-19 dengan gejalanya yang mirip dengan Flu tersebut hingga menjadi penyakit radang paru (Kemkes.go.id, 2020) [1].

Pandemi Covid-19 ini telah menimbulkan dampak yang besar terhadap Indonesia, khususnya dalam sektor perekonomian. Purnomo (2020 : 171) [2], menjelaskan sedikitnya terdapat tiga masalah perekonomian yang diakibatkan oleh pandemi ini. Pertama, UMKM dan sektor informal yang menjadi bantalan ekonomi nasional begitu

terpukul. Kebijakan pemerintah untuk mencegah penyebaran Covid-19 melalui pembatasan interaksi fisik masyarakat mengakibatkan berbagai aktivitas ekonomi informal terpukul, kecuali para pelaku yang berpindah ke *platform* daring yang terbukti dapat bertahan. Kondisi ini menyebabkan konsumsi masyarakat menurun, padahal konsumsi masyarakat memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian, yaitu hampir 59%. Kedua, ketidakpastian pada saat pandemi ini menyebabkan tingkat investasi juga ikut melemah, karena orang atau perusahaan yang akan melakukan atau sedang dalam posisi menjalankan investasi, terhenti akibat Covid-19. Ketiga, karena ekonomi di seluruh dunia mengalami pelemahan, maka kinerja ekspor juga ikut terpukul. Hal ini tercermin dari penurunan harga komoditas, minyak, batu bara dan *crude palm oil* (CPO). Penurunan ini tentu berpengaruh pada basis perekonomian Indonesia yang berorientasi ekspor. Tidak hanya itu, sektor-sektor industri seperti pemanufakturan yang membutuhkan impor juga mengalami penurunan karena adanya disrupsi dari pandemi (Purnomo 2020: 171) [3].

Dengan adanya pandemi ini, pemerintah mengeluarkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau yang disingkat dengan PSBB tahap I pada bulan Maret – April tahun 2020. Kebijakan ini harus dilakukan untuk mengurangi dan menghambat penyebaran Virus Covid-19 tersebut. Adanya kebijakan PSBB ini juga menambah dampak buruk terhadap perekonomian. Pada kebijakan pembatasan sosial berskala besar ini yang menerapkan *work from home*, *study from home* dan *social distancing* mengakibatkan perubahan perilaku konsumen. Seperti yang dikutip dari situs [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com), 2020 [4] :

“Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menilai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menjadi salah satu protokol Kesehatan yang harus dilakukan untuk menekan penyebaran Covid-19. Namun, di sisi lain, PSBB justru memberikan dampak yang buruk bagi perekonomian. Di Indonesia PSBB mulai dilakukan sejak awal Maret lalu sehingga perekonomian langsung berkontraksi. Pada kuartal II-2020, perekonomian berkontraksi hingga minus 5,32%. Menkeu Sri Mulyani juga mengatakan bahwa perekonomian mengalami kontraksi yang cukup dalam, kontraksi yang dalam ini terjadi karena saat PSBB diterapkan semua aktivitas perekonomian terhenti. Bahkan terjadi PHK besar-besaran di berbagai perusahaan karena tidak adanya kegiatan produksi”

Dilansir dari laman di atas, dengan adanya Kebijakan PSBB ini sekaligus menguatkan kenyataan dampaknya yang negatif terhadap sektor perekonomian. Oleh sebab itu selanjutnya pemerintah mengeluarkan kebijakan baru yaitu *New Normal*. *New Normal* merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kondisi yang berbeda dengan kondisi sebelumnya. *New Normal* hadir untuk memastikan kesiapan masyarakat dalam membangun kembali apa yang telah dibuat rubuh oleh suatu krisis maupun pandemi dengan kondisi yang lebih kuat. Akan tetapi dengan adanya *New Normal* ini, masyarakat diharapkan tetap menerapkan protokol kesehatan salah satunya seperti *Social Distancing* serta pembatasan aktivitas masyarakat walaupun tidak seketat kebijakan PSBB yang lalu.

Seperti yang dikutip dari video conference Menteri Perindustrian (Menperin) Agus Gumiwang Kartasasmita, [www.jawapos.com](http://www.jawapos.com) 2020 [5], menyebutkan bahwa Covid-19 telah memukul perekonomian Indonesia, misalnya industri kecil dan menengah (IKM) di bidang kopi yang omsetnya mengalami penurunan hingga 90 persen di kala pandemi. Hal ini terutama disebabkan oleh adanya regulasi pembatasan ruang gerak manusia dan kafe restoran untuk boleh buka atau tidak. Ia mengatakan “Keterbatasan pergerakan ini tentu

akan merubah pola konsumsi masyarakat, industri harus tanggap terhadap perubahan, mencari alternatif tindakan yang perlu dilakukan, di antaranya seperti penerapan protokol kesehatan dalam kegiatan produksi, ini perhatian kita, optimalisasi dari marketing dari penjualan harus dilakukan, terutama pemasaran online,” terang Agus.”

Namun demikian, ditengah suramnya ekonomi dan dunia usaha saat pandemi covid-19 seperti dideskripsikan diatas, yang kemudian lahir pula kebijakan *New Normal*, maka muncul perkembangan lebih mutakhir. Jika di satu sisi pandemi covid-19 diyakini telah memberi dampak terhadap sulitnya usaha ekonomi, namun di era *New Normal* kenyataannya usaha minuman kopi tampak bangkit dengan cukup pesat. Dimasa awal periode sebelum memasuki era pandemi benar bahwa usaha *coffee shop* juga turut mengalami dampak negatif secara ekonomi. Namun demikian di dalam perjalanan waktu kemudian setelah memasuki periode *New Normal* tampak perkembangan yang pesat terjadi, terutama di banyak daerah perkotaan. Tidak sedikit di antara usaha *coffee shop* memilih momentum memulainya di masa *New Normal* ini. Perkembangan usaha *coffee shop* bahkan fenomenanya ibarat jamur yang tumbuh di musim hujan, dalam waktu singkat bertambah dengan cepat di era *New Normal Covid-19*.

Pesatnya pertumbuhan usaha *coffee shop* di era *New Normal* ini pun berlangsung di Kota Padang. Usaha *coffee shop* baru yang berdiri bahkan meliputi di sejumlah kawasan baru yang semulanya belum banyak tumbuh. Sebelumnya *coffee shop* di Kota Padang terutama banyak terkonsentrasi di kawasan Pondok atau yang dikenal juga di daerah kampung China di Kota Padang dan di kawasan pusat kota yang bertumpu ke wilayah pantai Padang. Sebelumnya usaha *coffee shop* pun juga cukup banyak tumbuh di kawasan permukiman mahasiswa di sekitar kampus perguruan tinggi besar, seperti Universitas Andalas, Universitas Negeri Padang dan UIN Imam Bonjol. Dengan terjadinya pandemi Covid-19 usaha *coffee shop* sempat meredup. Namun setelah memasuki era *New Normal*, usaha *coffee shop* di Kota Padang pun kembali menggeliat. Sebagai perbandingannya, berdasarkan website Badan Pelayanan Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (BPMPTSP) Kota Padang mencatat penambahan *coffee shop* baru antara tahun 2015-2018 di Kota Padang berjumlah 17 lokasi usaha. Perkembangannya justru kembali meningkat di masa *New Normal*, sebagaimana ditunjukkan juga melalui data BPMPTSP Kota Padang 2021 semakin bertambah lagi usaha *coffee shop* baru yang mendaftar yakni sebanyak 16 *coffee shop*. Ini belum meliputi usaha *coffee shop* yang mungkin saja belum terdata dengan baik oleh Pemerintah Kota Padang. Salah seorang praktisi pariwisata dan konsultan kewirausahaan UMPKM di Kota Padang Satria Haris menyebutkan kepada Penulis bahwa pertumbuhan usaha *coffee shop* baru di Tahun 2021 yang sedang berjalan ini bahkan bertambah 5-7 buah jumlahnya per bulan.

Dalam [www.jnewonline.com](http://www.jnewonline.com) (2020) [6], disebutkan juga bahwa usaha atau bisnis *coffee shop* kembali menggeliat usai diberlakukannya kebijakan baru yaitu *New Normal*. Hampir dua bulan kehilangan gairah semenjak adanya pandemi covid-19, tetapi semenjak diberlakukannya kebijakan baru *New Normal*, kedai kopi atau *coffee shop* mulai menjamur, tetapi dengan menerapkan protokol kesehatan dan jam buka yang terbatas. Dengan adanya kebijakan baru ini, masyarakat mencari tempat untuk sekedar *hangout* dengan teman setelah sekian lama *lockdown* dan berdiam diri dirumah. Pesatnya perkembangan usaha *coffee shop* yang tampak banyak terjadi saat ini, berdasarkan data yang sudah disampaikan di atas, sebagian besar usaha *coffee shop* ini melibatkan wirausahawan dari kalangan muda, termasuk mahasiswa.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria informan yaitu owner, barista, dan pengunjung.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Motivasi Mahasiswa Membuka Usaha Coffee Shop di Tengah Pandemi Covid-19

#### 3.1.1. Motivasi Internal

##### a) Berawal dari Mimpi Bisa Membuka Usaha Coffee Shop sendiri

Mimpi untuk membuka usaha *coffee shop* sendiri ini sebagai motif internal bukan datang begitu saja. Dulunya sebelum pandemi, Erin (owner) yang merupakan salah satu mahasiswa pernah bekerja sebagai barista pada sebuah *coffee shop* milik temannya. Erin bekerja hanya selama 6 bulan saja, dan karena jadwal perkuliahan yang padat saat itu, serta harus mengerjakan tugas-tugas lainnya, maka Erin terpaksa harus berhenti bekerja. Pengalamannya inilah yang kemudian membuat ia bermimpi bisa membangun dan mengelola usahanya sendiri. Seperti yang dikatakan Hendro (2011: 30) [7], berwirausaha merupakan kemampuan diri untuk menciptakan sesuatu dan berkreaitivitas dengan apa yang sudah ada didalam diri seseorang, apa yang sudah ada itu bisa berupa pengalaman, ilmu, dan lain sebagainya. Dengan adanya pengalaman dan ilmu tersebut maka dapat dikembangkan untuk keberhasilan dimasa yang akan datang. Mimpi ingin membuka usaha Coffee Shop sendiri juga sejalan dengan keinginan owner lain.

##### b) Ingin Menambah Pengetahuan dan Pengalaman Tentang Kopi

Perkembangan kedai kopi saat ini dapat memberikan ide kreatif karena di tempat ngopi tersebut orang dapat bertemu dengan banyak orang yang berbeda, yang bisa menjadi inspirasi. Tempat ngopi menawarkan konsep yang berbeda-beda sehingga dapat memunculkan ide. Agaknya inilah yang ditangkap sebagai peluang oleh kaum muda untuk memulai bisnis di bidang usaha coffee shop (Oktaviani, 2018: 81) [8]. Menurut Eka Saputra (2008:74) [9], keberadaan kedai kopi tidak bisa dilihat hanya sebatas tempat berkumpul saja, menghabiskan waktu luang, namun ada pola-pola yang membentuk gaya hidup, yaitu unsur budaya. Misalnya pola tersebut dapat kita lihat pada pilihan waktu yang digunakan untuk minum kopi. Jika di Eropa kedai-kedai kopi dibuka pada jam-jam setelah sarapan, biasanya di waktu pagi dan waktu istirahat, sehingga kita kenal istilah coffee break. Selain itu, Pramelani (2020: 121)[10] menambahkan, faktor tempat yang nyaman, pelayanan yang ramah, faktor rasa yang enak dengan banyak varian, serta kemasan design kreatif yang menarik, semuanya itu mempengaruhi ketertarikan kaum muda terhadap coffee shop, dan memotivasi munculnya kedai kopi yang unik, dengan konsep dan desain yang berbeda-beda. Kebiasaan nongkrong di kedai kopi dengan konsep seperti di atas membuat Erin, Fathur, Fajar dan Pila semakin tertarik dan termotivasi ingin mempelajari lebih dalam tentang kopi.

#### 3.1.2. Motivasi Eksternal

##### a). Motivasi Dari Keluarga

Pengetahuan berwirausaha dari keluarga merupakan motivasi yang berasal dari luar diri seseorang atau faktor eksternal. Dengan adanya pengetahuan berwirausaha dari keluarga, menjadi motivasi dan dorongan tersendiri untuk membangun usaha *Coffee Shop*

Laman Kopi di era pandemi saat ini. Tempat yang dijadikan *Coffee Shop* Laman Kopi merupakan milik keluarga Erin. Sebelum adanya *Coffee Shop* Laman Kopi ini, tempat tersebut sudah menjadi tempat makan atau restoran yang dikelola oleh keluarga Erin. Pengalaman dan pengetahuan terkait berwirausaha sudah didapatkan sejak dulu dari keluarganya. Ayah Erin dulunya membuka usaha rumah makan atau café di tempat Laman Kopi sekarang dibangun. Usaha rumah makan atau café tersebut tidak berhasil dipertahankan dan dikembangkan karena omzet yang semakin hari semakin sedikit, sehingga mengalami *gulung tikar*.

Hal yang sama juga dialami oleh Fathur. Ayah dan keluarga Fathur memberi dukungan jika anaknya mau berwirausaha sendiri. Ayah Fathur juga memiliki usaha warung yang dikelola sendiri di sekitar wilayah Universitas Negeri Padang. Walaupun terkendala dana dalam pengembangan warung tersebut namun selama ini warung tetap berjalan. Hanya saja selama pandemi ini warung tersebut hampir tidak mengalami jual beli karena tidak ada aktivitas mahasiswa di kampus. Begitu juga dengan Pila, salah satu mahasiswa yang bergabung dalam rencana membangun dan mengelola Laman Kopi, mendapatkan dukungan dari keluarga untuk bergabung. Pila juga berasal dari keluarga yang memiliki usaha yang terdampak selama masa pandemi ini. Pengetahuan dan pengalaman keluarga dalam berwirausaha sudah diperoleh Pila sejak kecil.

Keluarga merupakan media pertama dan utama dalam rangkaian proses interaksi sosial yang dialami seorang anak dalam hidupnya. Dalam antropologi ini dikenal dengan proses enkulturasi. Menurut Koentjaraningrat (2005:146) [11], proses enkulturasi telah dimulai sejak awal kehidupan, yaitu dalam lingkungan keluarga, kemudian dalam lingkungan yang makin lama makin luas. Pada awalnya seorang anak yang masih kecil mulai belajar dengan cara menirukan tingkah laku orang-orang disekitarnya, yang lama kelamaan menjadi pola yang mantap, dan norma yang mengatur tingkah lakunya “dibudayakan”. Selain dalam lingkungan keluarga, norma-norma dapat pula dipelajarinya dari pengalamannya bergaul dengan sesama warga masyarakat dan secara formal di sekolah.

#### b). Mencari Tambahan Uang Saku

Pandemi Covid-19 ini memberi dampak yang buruk terhadap Indonesia, salah satunya ialah sektor perekonomian. Terdapat tiga masalah perekonomian yang diakibatkan oleh pandemi ini. *Pertama*, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan sektor informal yang menjadi bantalan ekonomi nasional begitu terpukul. Kebijakan pemerintah untuk mencegah penyebaran Covid-19 melalui pembatasan interaksi fisik masyarakat mengakibatkan berbagai aktivitas ekonomi informal terpukul, kecuali para pelaku yang berpindah ke *platform* daring yang terbukti dapat bertahan. Kondisi ini menyebabkan konsumsi masyarakat turun drastis, padahal konsumsi masyarakat memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian, yaitu hampir 59%. *Kedua*, ketidakpastian pada saat pandemi ini menyebabkan tingkat investasi juga ikut melemah, karena orang atau perusahaan yang akan melakukan atau sedang dalam posisi menjalankan investasi, terhenti akibat Covid-19. *Ketiga*, karena ekonomi di seluruh dunia mengalami pelemahan, maka kinerja ekspor juga ikut terpukul. Hal ini tercermin dari penurunan harga komoditas, minyak, batu bara dan *crude palm oil* (CPO). Penurunan ini tentu berpengaruh pada basis perekonomian Indonesia yang berorientasi ekspor. Tidak hanya itu, sektor-sektor industri seperti pemanufakturan yang membutuhkan impor juga mengalami penurunan karena adanya disrupsi dari pandemi (Dalam Boyke Rudy Purnomo 2020 : 171) [12]. Salah satu dari ketiga dampak buruk yang terjadi akibat pandemi covid-19 yang telah dijelaskan di

atas adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan sektor informal yang begitu amat terpuak. Dalam situs web [www.national.kontan.co.id](http://www.national.kontan.co.id), Kemenkeu RI atau Kementerian Keuangan Republik Indonesia mengatakan dampak pandemi Covid-19 ini membuat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tidak dapat melakukan usahanya sehingga kemampuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mengalami gangguan.

Tentu pandemi Covid-19 ini berdampak pada setiap usaha dan pekerjaan yang di lakukan. Termasuk pada pekerjaan orang tua salah satu barista yang bernama Pila dan Fathur yang orang tuanya pedagang yang terdampak pandemi, mereka harus mencari tambahan uang saku.

c). Mencari Waktu Luang Karena Perkuliahan *Daring*

Perkuliahan *daring* di berlakukan sejak bulan Maret 2020 lalu. Pembelajaran *daring* ini mewajibkan mahasiswa nya untuk secara mandiri harus aktif mengikuti perkembangan pembelajaran, mengikuti pembelajaran melalui media dengan mengerjakan tugas, mengikuti kuis, serta mengikuti materi dengan baik secara *online*. Sarana yang digunakan seperti *google classroom*, *video conference*, telepon atau *live chat*, *zoom meeting*, ataupun *whatsapp group*. Semua metode pembelajaran ini tergantung pada kebijakan dosen dari mata kuliah tersebut. Dengan pelaksanaan perkuliahan *daring* dan ditutupnya semua kegiatan kemahasiswaan di kampus, membuat mahasiswa merasa bosan dan jenuh. Mereka yang tadinya banyak kegiatan di kampus, selain perkuliahan, sekarang semuanya dilarang. Tidak ada lagi kegiatan HIMA, tidak ada lagi pertandingan olahraga, tidak ada lagi nongkrong-nongkrong dengan teman di kantin, dan sebagainya. Inilah yang menyebabkan mereka merasa memiliki waktu luang dan mulai memikirkan dan mencari apa yang bisa dilakukan.

d). Keberanian Berwirausaha Karena Motivasi Dari Teman

Motivasi dari teman merupakan salah satu dorongan yang kuat bagi owner *Coffee Shop* Laman Kopi untuk membangun bisnis. Banyak dari teman-teman mereka yang sangat mendukung dan mendorong mereka untuk bekerja, karena berwirausaha bagi kalangan mahasiswa memiliki manfaat yang banyak, yaitu memiliki kesempatan untuk mengasah skill dan jiwa wirausaha mereka dalam dunia bisnis serta dapat memperluas relasi dan pergaulan.

e). Keberanian Berwirausaha Karena Motivasi Dari *Social Media*

Didalam *Social Media*, banyak dari orang yang dikenal bahkan orang yang tidak dikenal membagikan aktivitasnya, salah satunya ialah aktivitas berwirausaha mereka. Ada yang membagikan aktivitasnya yang sedang bekerja, bahkan ada yang mempromosikan dagangannya di *social media*. Hal tersebut menjadi motivasi bagi owner dan barista *Coffee Shop* Laman Kopi, yang mana mereka melihat banyak dari teman-teman mereka sudah memulai dan berkembang dengan membangun usaha. Hal itu menjadi pemacu bagi owner dan barista *Coffee Shop* Laman Kopi untuk memulai dan membangun usaha, mereka berfikir bahwa orang lain sudah maju dan sukses, dan mereka juga harus menjadi maju dan sukses dengan membangun usaha.

Dari *sosial media* juga dapat memberikan terobosan untuk dapat merubah pola pikir dari owner dan barista untuk berwirausaha dan mempermudah mereka untuk memasarkan serta mempromosikan produk dan jualan mereka. Untuk menjadi wirausahawan yang sukses harus perlu memperluas jaringan untuk bisa berkomunikasi

dengan yang lain baik itu di *social media*. Semakin banyak jaringan maka semakin banyak juga yang mengenal produk yang kita jualkan. Media sosial menjadi sarana promosi yang efektif bagi mahasiswa untuk mempromosikan dagangannya atau usahanya kepada khalayak ramai.

#### f). Termotivasi Berwirausaha Dari Mata Kuliah Kewirausahaan

Mata kuliah kewirausahaan merupakan salah satu mata kuliah yang teramat penting bagi mahasiswa yang ini membangun usaha. Ilmu-ilmu yang mereka dapatkan dari mata kuliah tersebut menjadi bekal bagi mereka untuk membangun usaha dan menjadi salah satu dorongan yang kuat untuk berani membangun usaha. Materi dan ilmu tentang kewirausahaan bukan hanya didapatkan dari dalam ruang kuliah saja, dosen juga memberikan buku-buku referensi terkait kewirausahaan guna memperdalam pemahaman. Ilmu yang diajarkan untuk membangun dan memperkuat jiwa enterpreneur pada mahasiswa. Bekal ilmu yang didapatkan oleh mahasiswa dalam mata kuliah kewirausahaan dapat dikembangkan dengan terjun langsung ke lapangan dan membuka usaha. Hal positif yang didapatkan sangatlah banyak, yang pertama mahasiswa memiliki jiwa yang mandiri dalam mencari uang saku tanpa membenani orang tua, mahasiswa memiliki pemikiran yang produktif dalam mencapai sesuatu yang diinginkan, mahasiswa yang membangun usaha tersebut juga bisa memberikan lapangan kerja kepada siapapun yang membutuhkan, dan mahasiswa tersebut juga dapat membangun relasi dan memperluas jaringan sosial.

### **3.2. Adaptasi dalam Aktivitas Usaha Coffee Shop di Tengah Pandemi Covid-19**

#### **3.2.1. Mengelola *Coffee Shop* sebagai seorang Mahasiswa**

Sebagai Mahasiswa, tugas utamanya adalah mengikuti seluruh kegiatan belajar, perkuliahan, maupun tugas individu. Dengan kuliah *online* ini media yang digunakan adalah platform *i-learning*, *link zoom*, ataupun *Whatsapp*, semua tergantung kesepakatan dosen dan mahasiswa. Dengan membuka usaha *coffee shop* tentu mahasiswa juga harus menyesuaikan diri atau beradaptasi dengan perkuliahan, tugas-tugas kuliah dan lingkungan barunya, yaitu *coffee shop*.

Para owner *Coffee Shop* Laman Kopi merupakan mahasiswa dari berbagai kampus dan masih aktif dalam perkuliahan. Owner *Coffee Shop* Laman Kopi menjalankan perkuliahan daring dan mengerjakan tugas *online* sesuai dengan yang diberikan oleh dosen. Walaupun mereka bekerja, tapi mereka tidak meninggalkan tanggung jawab mereka sebagai mahasiswa. *Coffee Shop* Laman Kopi buka pada jam 4 sore, sambil menunggu sore harinya pada pagi hari hingga siang hari mereka melaksanakan perkuliahan *daring* dan membuat tugas mereka.

#### **3.2.2. Mengelola *Coffee Shop* sebagai seorang anak di rumah**

Selain menjadi seorang mahasiswa, owner *Coffee Shop* Laman Kopi juga memiliki tanggung jawab lain sebagai anak dirumah mereka masing-masing. Dirumah pasti memiliki tanggung jawab sebagai anak, misalnya membantu orang tua dalam membersihkan rumah, menolong orang tua memasak, dan pekerjaan-pekerjaan rumah lainnya. Seluruh barista merupakan mahasiswa yang menjalankan perkuliahan *daring* serta lebih sering menghabiskan waktu dirumah, membuat mereka bisa selalu *standby* ketika orang tua mereka ingin meminta bantuan. Adaptasi mereka terhadap tanggung jawab sebagai anak dirumah tetap mereka jalankan seperti layaknya seorang anak yang memiliki tanggung jawab untuk membantu orang tua walaupun mereka harus kuliah dan bekerja.

### 3.2.3. Mengelola *Coffee Shop* dengan Protokol Kesehatan

Tatapan kehidupan baru dengan protokol kesehatan ini sudah diterapkan oleh *Coffee shop* Laman Kopi dalam menjalankan usahanya. Pada bagian di bawah ini dijelaskan adaptasi Laman Kopi sebagai *coffee shop* dalam menjalankan usahanya:

- a). Memastikan Kebersihan di Tempat Kerja
- b). Menyediakan Sarana untuk Mencuci Tangan
- c). Menyediakan *hand sanitizer*
- d). Memasang poster *coffee shop* sebagai kawasan wajib memakai masker
- e). *Social distancing* atau pembatasan sosial

### 3.2.4. Laman Kopi membangun Komunitas Pelanggan dari Pertemanan

Berdirinya *coffee shop* Laman Kopi pada masa pandemi, tidak hanya mengharuskan Laman Kopi beradaptasi dengan protokol kesehatan sebagai bentuk kebijakan dari pemerintah, namun juga harus beradaptasi dengan kemungkinan sepi pengunjung. Penggagas dan pemilik Laman Kopi sudah sejak awal memikirkan upaya agar Laman Kopi tidak sepi pengunjung. Mereka berempati sebagai pendiri, penggagas, dan barista, sepakat menggunakan jaringan pertemanan untuk membangun komunitas pelanggannya. Dimulai dengan menghitung berapa banyak teman yang dianggap dekat oleh masing-masingnya, kemudian teman dekat tersebut diajak untuk membawa teman lainnya datang ke Laman Kopi.

Teknologi yang digunakan untuk membangun konsumen pelanggan ini dan sekaligus promosi *coffee shop* adalah media sosial seperti *Instagram* dan *facebook*. Bermula dari postingan story *Instagram* pemilik Laman Kopi, lalu kemudian teman-temannya ikut memposting kembali sebagai sarana promosi. Begitu seterusnya sehingga keberadaan Laman Kopi diketahui luas oleh teman-temannya dan *follower Instagram* masing-masing. Keuntungan dari adaptasi menggunakan media sosial ini adalah sebagai sarana yang paling cepat dalam promosi Laman Kopi. Status mereka sebagai mahasiswa juga menguntungkan dalam hal banyaknya jumlah teman atau *follower* mereka di *Instagram*. Jadi tidak heran jika Laman Kopi menjadi tempat berkumpulnya mahasiswa yang berasal dari Universitas Andalas, Universitas Negeri Padang, dan Universitas Ekasakti Padang, karena mereka berempati pemilik, penggagas, dan barista berasal dari universitas tersebut. Ini dibuktikan dengan kedatangan tamu yang selalu disambut oleh teman-temannya yang lain yang sudah terlebih dahulu berada di dalam Laman Kopi. Tidak jarang juga pembicaraan satu hal dilakukan dan didiskusikan di Laman Kopi.

### 3.2.5. Adaptasi Memaksimalkan Penjualan

Dalam suatu usaha, memaksimalkan penjualan merupakan poin penting. Biasanya pada suatu usaha, owner perlu mengetahui dan memahami fungsi permintaan. Peningkatan penjualan terjadi dipengaruhi oleh banyaknya pembeli yang menyukai dan membeli produk tersebut. Pada *Coffee Shop* Laman Kopi, peningkatan penjualan biasa terjadi pada hari Sabtu atau malam Minggu. Pada malam Minggu, Laman Kopi selalu ramai pembeli, dan sebagian besar pembeli yang datang memesan kopi susu Laman yang merupakan salah satu produk *best seller Coffee Shop* Laman Kopi. Owner dan barista yang lain memahami hal tersebut sehingga setiap harinya mereka selalu memaksimalkan pembuatan dan olahan kopi susu Laman menjadi lebih baik. Mereka memastikan bahan dan cara pengolahan semakin hari semakin meningkat serta rasanya yang semakin enak.



Para owner dan barista yang lain melihat bahwa kopi susu laman selalu laku terjual pada saat malam minggu, dan mereka memutuskan untuk meningkatkan rasa dan cara pengolahannya agar mendapatkan rasa yang diinginkan oleh pembeli sehingga omzet mereka pada malam minggu berjumlah lebih banyak dari hari-hari lainnya. Pembagian pendapatan atau gaji untuk *Coffee Shop* Laman Kopi normalnya ialah Rp. 1.500.000 perbulan untuk setiap barista. Akan tetapi setiap malam minggu ketika omzet yang didapatkan melebihi modal, maka setiap barista akan mendapatkan bonus.

### 3.2.6. Adaptasi dalam Persaingan dengan *Coffee Shop* Lain

*Coffee Shop* Laman Kopi merupakan *Coffee Shop* yang buka di era pandemi. Akan tetapi bukan hanya *Coffee Shop* Laman Kopi saja yang baru buka ketika pandemi ini, melainkan banyak *Coffee Shop* lain. Masing-masing dari *Coffee Shop* tersebut pasti memiliki daya saing karena pada saat pandemi khususnya saat ini telah diberlakukan kebijakan *New Normal*, maka masyarakat pasti mencari tempat yang enak dan nyaman untuk melepas kejenuhan setelah sekian lama berada di dalam rumah. Berdasarkan pengamatan penulis di Kota Padang, cukup banyak *coffee shop* yang bermunculan di era pandemi ini, seperti Home Land Social Bar di Binuang Kampung Dalam Kota Padang, Sarang'e di Jalan Sudirman no. 39 Padang, Parewa Taplau, Kopi Paripurna di Jalan Walter Mongonsidi No. 3, Toko Kopi Rasa di Raden Saleh, Kopitara di Tarandam, Situ Koffie di Flamboyan, Jiwa Raga di jalan Veteran, dan Chakovi di jalan Veteran Kota Padang. Pada umumnya *Coffee shop* ini memiliki konsep yang sama, memiliki ruang *indoor* dan *outdoor*. Makanan dan minuman yang dijual rata-rata juga memiliki kesamaan. Beda halnya dengan *Coffee Shop* Laman Kopi, konsep dari *Coffee Shop* ini sesuai dengan namanya yaitu Laman atau Halaman.

Laman Kopi merupakan kedai kopi yang bertema halaman rumah. Ketika pengunjung datang, mereka akan merasakan sensasi duduk di halaman rumah, akan terasa lebih santai dan lebih nyaman ketika mereka duduk dan meminum kopi sambil bercerita dengan teman-teman. Tata ruang pada laman kopi ini berjenis *outdoor* sesuai dengan konsepnya ialah halaman, mereka tidak memiliki tempat *indoor*, dan *design* mereka juga sederhana dan dipenuhi dengan warna hitam dan putih. Untuk menambah kesan halaman rumah, *Coffee Shop* Laman Kopi juga memiliki beberapa mobil yang terparkir sehingga terlihat seperti halaman rumah sungguhan. Konsep inilah yang membedakan *Coffee Shop* Laman Kopi dengan *Coffee Shop* lain yang buka ketika pandemi.

## 4. Simpulan

Berdasarkan penelitian "Membangun Usaha *Coffee Shop* di Era Pandemi Covid-19" ini dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu Pertama, terjadinya wabah pandemi Covid-19 awal tahun 2020 ternyata tidak menyebabkan matinya kreatifitas mahasiswa. Mereka justru mencari cara agar tidak terjebak dalam rasa bosan dan jenuh karena kebijakan pemerintah yang mengharuskan mereka kuliah dari rumah. Kedua, dalam berwirausaha, mahasiswa mencari *passion* nya sendiri, yang dipengaruhi oleh berbagai motivasi. Mahasiswa tidak menyerah begitu saja dengan keadaan atau kondisi pandemi, mereka akan terus berfikir untuk mewujudkan wirausaha yang mereka inginkan. Ketiga, walaupun mahasiswa memiliki kreatifitas sendiri namun mahasiswa masih memiliki ketergantungan pada orangtua dalam berwirausaha. Mereka memulai usaha *coffee shop* dengan bantuan salah satu orangtua mahasiswa, paling tidak modal tempat usaha serta peralatannya masih menggunakan fasilitas yang dimiliki oleh orangtua. Dan keempat, membangun *link* pertemanan dalam melakukan wirausaha merupakan salah satu adaptasi untuk

mengantisipasi sepi pengunjung dan keberlanjutan *coffee shop*.

## Referensi

- [1] Diakses pada laman <https://www.kemkes.go.id/>
- [2] Purnomo. R. Boyke. 2020. *New Normal: Perubahan Sosial Ekonomi dan Politik Akibat COVID-19*. Yogyakarta. UGM Press.
- [3] Purnomo. R. Boyke. 2020. *New Normal: Perubahan Sosial Ekonomi dan Politik Akibat COVID-19*. Yogyakarta. UGM Press.
- [4] CNN Indonesia. 2020. Menyelamatkan Ekonomi Indonesia Melalui Penerapan New Normal. CNN Indonesia. Diakses pada laman <https://www.cnnindonesia.com/>
- [5] Jawa Pos. 2020. Covid-19 Membuat Omset IKM Kopi Turun Hingga 90 Persen. Jawa Pos. diakses pada laman <https://www.jawapos.com/>
- [6] Redaksi Jnews. 2020. Bisnis Coffee Shop Kembali Menggeliat di Era New Normal. Redaksi Jnews. Diakses pada laman <https://jnewsonline.com/>
- [7] Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami dan Memasuki Dunia Bisnis*. Penerbit Erlangga. Garis Buku
- [8] Keke, Oktaviani. 2018. *Ngopi Sebagai Gaya Hidup Anak Muda: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop 'Ruang Kopi' di Kota Bogor*. Skripsi Sarjana S1 pada Universitas Negeri Jakarta, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
- [9] Saputra, Eka. 2008. *Kopi Dari Sejarah, Efek Bagi Kesehatan Tubuh Dan Gaya Hidup*. Yogyakarta: Harmoni.
- [10] Nuringsih, Kartika. Dkk. 2020. "The Propensity For Social Entrepreneurship During The Coronavirus Outbreak". *Jurnal Manajemen* Vol XXIV No. 2. Universitas Tarumanegara.
- [11] Koentjaraningrat. 2005. *Pengantar Antropologi*. Jilid 1. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [12] Purnomo. R. Boyke. 2020. *New Normal: Perubahan Sosial Ekonomi dan Politik Akibat COVID-19*. Yogyakarta. UGM Press.
- [13] Kurniawan, C.N., Wahyu, E.E., & Nurbaya, S. (2020). *Review Integratif Mengenai Pandemi Covid-19 Dan Dampaknya Terhadap Industri Minuman Kopi*. *Senabisma*. Vol 6. C21-C30.
- [14] Nasution, Dito Aditya Darma. 2020. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*. *Jurnal Benefita* 5(2) Juli 2020. Medan. Universitas Pembangunan Paca Budi, Hal. 212-224.
- [14] Suparlan, Parsudi. 1993. *Kemiskinan di Perkotaan*. Yayasan Obor. Jakarta.
- [15] Ananda Ferdian. 2020. Nadiem: Mahasiswa Harus Jadi Agen perubahan saat pandemi. <https://mediaindonesia.com/read/detail/333907-nadiem-mahasiswa-harus-jadi-agen-perubahan-saat-pandemi>. (Diakses pada 04 Agustus 2020)
- [16] Diakses pada laman <https://ppid.padang.go.id/>
- [17] Diakses pada laman <https://sumbar.inews.id/>