

Perspektif ekonomi sirkular dan pengaruh *live music event* sebagai nilai tambah terhadap minat pelanggan *coffee shop* di kuningan

Galih Ady Permana

STMIK LIKMI Bandung

galih.advp@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima 31 Januari 2022

Disetujui 15 Februari 2022

Diterbitkan 25 Februari 2022

Kata kunci:

coffee shop, *live music*,
kepuasan pelanggan

Keywords :

coffee shop, *live music*,
customer satisfaction

ABSTRAK

Coffee shop saat ini merupakan salah satu tren yang paling diminati dan memiliki peminat khusus. Berbagai macam konsep dan tema disetiap *coffee shop* bermunculan untuk menarik konsumen dari berbagai kalangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Live Music dari suatu grup musik atau solo akustik sebagai nilai tambah dari suatu proses bisnis *coffee shop* terhadap kepuasan pengunjung *coffee shop* yang saat ini sangat diminati oleh berbagai kalangan terutama anak muda dan bagaimana perspektif *circular economy* modelnya dalam industri ini. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yaitu dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan mengadakan suatu event dalam hal ini *Live Music* disuatu *coffee shop* memiliki tingkat kepuasan konsumen yang lebih dan dalam hal ini dapat meningkatkan profitabilitas.

ABSTRACT

Coffee shops are currently one of the most popular trends and have special fans. Various kinds of concepts and themes in each *coffee shop* have sprung up to attract consumers from various circles. The purpose of this study was to determine the extent of the influence of live music from a musical group or acoustic solo as the added value of a *coffee shop* process on the satisfaction of *coffee shop* visitors, who are currently in great demand by various groups, especially young people, and how the circular economy model perspective in this industry applies. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques using interviews and documentation. The results showed that holding an event, in this case, live music in a *coffee shop*, had a higher level of consumer satisfaction and, in this case, could increase profitability.



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Kopi adalah salah satu komoditas utama sektor perkebunan di Indonesia. Kopi berperan cukup penting untuk perekonomian di Indonesia khususnya di daerah penghasil kopi yang merupakan sumber pendapatan utama bagi petani kopi, sumber devisa negara, bahan baku industri maupun penyedia lapangan kerja dalam hal pengolahan dan pemasaran. Keberadaan kopi saat ini bukan sekedar lagi melekat pada orang tua namun telah menjadi kebutuhan anak muda sehingga dalam hal ini menjadikan usaha bisnis kopi menjadi sangat menjamur diberbagai daerah. Banyak pengusaha baik yang sudah berpengalaman atau pengusaha muda melirik industri pengolahan kopi dengan mendirikan outlet, kedai, maupun waralaba. Hal ini tentu berdampak positif terhadap pertanian dan produksi kopi lokal.

Dalam industri kopi salah satu perhatian yang cukup penting adalah dampak terhadap lingkungan. Limbah kopi dianggap sebagai bahan sisa yang perlu pengelolaan secara optimal agar dapat dimanfaatkan sebaik mungkin dan meminimalkan resiko terhadap lingkungan dan perlu adanya penerapan model *ekonomi sirkular* yang didukung oleh semua pihak yang berprinsip pada *reduce, reuse, recycle, recovery dan repair*. Dalam hal ini peran masyarakat sangat penting karena adanya *value* pada barang yang sudah tidak digunakan lagi.

Seiring dengan perkembangan produksi kopi, para pengusaha berlomba untuk menawarkan berbagai cita rasa kopi dari seluruh Nusantara baik dalam hal penyajian maupun desain tempat *coffee shop* yang dalam hal ini akan senantiasa berdampak pada minat anak muda terhadap kopi.

Dalam hal persaingan bisnis kopi banyak atribut yang mendasari konsumen memilih produk diantaranya aroma, rasa maupun harga. Karena semakin ketatnya persaingan di industri ini para pengusaha harus berlomba dalam melakukan *inovasi* atau terobosan, mengembangkan ide dan mengimplementasikan terhadap produk nya.

Salah satu upaya yang dilakukan pengusaha *coffee shop* untuk menambah nilai adalah dengan mengadakan *event live* musik yang mengundang musisi baik itu grup band musik ataupun solo akustik untuk menarik minat terlebih anak muda.

Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk menganalisa nilai tambah untuk menarik minat pelanggan terhadap proses bisnis *coffee shop* dan penerapan *circular economy model* dalam proses bisnis tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan untuk menerangkan gambaran dengan lengkap mengenai suatu keadaan sosial atau dimaksudkan untuk klarifikasi dan eksplorasi akan suatu fenomena atau kenyataan sosial yaitu dengan cara menggambarkan sejumlah variabel yang berkaitan langsung dengan permasalahan dan elemen yang dianalisis antara fenomena yang diuji.

Metode deskriptif adalah salah satu metode yang digunakan dalam meneliti suatu set kondisi, subjek, status kelompok manusia, suatu peristiwa atau suatu sistem pemikiran pada masa sekarang. Tujuan daripada metode ini adalah untuk menyajikan gambaran secara lengkap tentang fenomena sosial, membuat suatu gambaran atau deskripsi atau lukisan secara sistematis serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Metode ini juga bertujuan untuk menghasilkan gambaran secara akurat tentang suatu kelompok, menggambarkan bagaimana mekanisme sebuah proses atau hubungan, memberikan gambaran secara

menyeluruh baik dalam bentuk numerikal ataupun verbal, menciptakan seperangkat kategori, mengklasifikasikan subjek penelitian dan menyajikan informasi dasar akan suatu hubungan.

Kelebihan dari metode ini adalah :

- 1) Mampu menggali data secara mendalam bisa dengan observasi dan wawancara.
- 2) Dapat mendeskripsikan suatu keadaan secara spesifik transparan dan mendalam.
- 3) Mampu menganalisis masalah yang sulit diukur secara numerik dan secara kuantitatif.
- 4) Hasil penelitian adalah berupa interpretasi terhadap fenomena yang kita teliti sehingga laporan hasil penelitiannya membuat deskripsi yang luas dan mendalam.
- 5) Lebih bersifat terbuka dapat berubah sesuai situasi yang kita hadapi dilapangan.

Data kualitatif dapat diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data diantaranya adalah wawancara yaitu dengan cara berupa tanya jawab secara langsung oleh peneliti kepada narasumber. Kemudian teknik yang kedua adalah dengan cara observasi atau pengamatan yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti. Teknik berikutnya adalah dengan mendokumentasikan yang dapat digunakan sebagai pelengkap dari teknik observasi dan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kopi menempuh proses yang cukup panjang sebelum siap untuk dinikmati. Proses yang dilalui diantaranya panen, penjemuran, penyangraian, hingga penyeduhan. Pengusaha *coffee shop* membeli kopi dari petani kopi lokal melalui koperasi produsen kopi yang berada di wilayah kecamatan masing-masing yang sebelumnya sudah menyepakati kerja sama terkait spesifikasi kopi seperti apa yang akan dipesan.

Di Kab. Kuningan sendiri terdapat berbagai macam kopi khas daerah yaitu diantaranya kopi Gunung Aci, Kopi Cibeureum, Kopi Karang Sari, Kopi Cibunar yang kesemuanya termasuk kedalam jenis kopi Robusta karena wilayah penanamannya nya terdapat di dataran rendah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah petani kopi setelah kopi dipanen selanjutnya kopi akan disortir berdasarkan kopi yang paling tua lalu akan dikeringkan atau penjemuran dibawah sinar matahari langsung tidak melalui proses pengupasan terlebih dahulu namun beserta kulit dan buahnya. Kopi akan *terfermentasi* dengan alami dan akan mengelupas dengan sendirinya. Dengan menggunakan metode pengeringan secara natural ini tentunya akan meminimalisir dampak resiko dari penggunaan

energi seperti ketika pengeringan dilakukan dengan menggunakan tenaga listrik maupun bahan bakar minyak dan akan lebih ramah terhadap lingkungan dan ini sejalan dengan model ekonomi sirkular dengan penggunaan energi yang berkelanjutan dan ramah lingkungan.

Setelah biji kopi kering dan terpisah dari kulitnya selanjutnya adalah proses pemisahan biji kopi kering dari kulitnya. Kulit kopi dalam hal ini adalah sisa dari hasil pengeringan biji kopi dapat juga diolah menjadi sebuah produk yang baru, diantaranya adalah dapat diolah menjadi Cascara yaitu teh dari kulit kering kopi yang diolah dengan serangkaian proses dan kemudian dikeringkan kembali. Setelah kering cascara kemudian bisa diseduh layaknya teh dan dapat dinikmati seperti halnya secangkir teh dan kopi. Selain sebagai cascara limbah kulit kopi bisa juga dijadikan sebagai pakan ternak, kulit biji kopi dipercaya baik untuk ternak oleh peternak karena mengandung vitamin dan hewan ternak juga menyukai pakan dari kulit kopi tersebut. Dan selain itu juga limbah kulit kopi dapat dijadikan sebagai pupuk kompos yang sangat baik untuk tanaman karena bisa diuraikan

secara organik dilakukan dengan cara *aerobic* dengan bantuan dari oksigen. Pupuk ini sebagai alternatif petani kopi agar dapat mengurangi limbah kulit kopi dan mendapatkan pupuk yang berkualitas untuk tanaman secara ekonomis. Hal ini juga sejalan dengan ekonomi sirkular dalam hal ini adalah *recycling* yang dapat meminimalisir sampah dan menjaga kelestarian lingkungan dan alam.

Setelah melalui tahapan pengeringan selanjutnya kopi kering dikemas sesuai dengan spesifikasi tingkat kekeringannya sesuai permintaan yang akan disalurkan kepada koperasi atau distributor di wilayah masing-masing petani kopi. Pengusaha coffee shop selanjutnya memesan kopi kepada koperasi atau distributor lokal. Dalam hal ini dari setiap proses bisnisnya melibatkan masyarakat lokal baik petani, distributor, dan komponen yang terlibat didalamnya adalah warga lokal setempat yang akan berdampak pada meningkatnya perekonomian daerah setempat dan menjadi pijakan untuk pembangunan berkelanjutan.

Pengusaha *coffee shop* terutama di Kuningan dalam menjalankan proses bisnis nya lebih memprioritaskan produk lokal karena selain memajukan petani lokal juga turut mempromosikan pariwisata di Kuningan melalui produk *coffee* citarasa khasnya. Karena tren kopi saat ini sedang meningkat terlebih dikalangan anak muda karena pengaruh media sosial yang berkontribusi besar seperti ditandai dengan bermunculan banyaknya *coffee shop* diberbagai titik didaerah Kuningan khususnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah pengusaha coffee shop saat ini persaingan dibisnis ini sangat ketat selain mereka mewarkan racikan kopi dengan cita rasa masing-masing dalam hal ini disebut sebagai *signature coffee* mereka juga berlomba-lomba dalam mendesain tempat demi menarik minat pengunjung yang lebih kekinian agar relevan untuk dapat diunggah ke media sosial.

Secara paralel juga berdasarkan hasil wawancara terhadap sejumlah anak muda yang menyenangi kopi selain tujuan mereka menikmati secangkir kopi di *coffee shop* adalah sekedar untuk *hangout* melepas penat ternyata anak muda kini sangat menyenangi menikmati kenyamanan dari segi tempat yang ditawarkan oleh *coffee shop* tersebut baik itu untuk mengobrol dengan teman, mengerjakan tugas, bahkan hanya untuk sekedar bersantai menikmati kesendirian. Selanjutnya untuk waktu yang dihabiskan berapa kali mereka mengunjungi coffee shop dalam rentang waktu seminggu ternyata berdasarkan hasil wawancara ini rentang waktu rata-rata adalah 2-4 kali dalam seminggu untuk datang ke *coffee shop*. Dalam hal ini juga media sosial turut berperan serta dalam mempengaruhi kebiasaan-kebiasaan anak muda saat ini.

Dari kebiasaan tersebut salah satu upaya yang dilakukan pengusaha coffee shop untuk menarik minat pelanggan adalah dengan mengundang musisi dalam hal ini mengundang musisi-musisi lokal untuk lebih memberdayakan potensi-potensi lokal dengan mengadakan *live event music* secara berkala yang mana musik sangat disenangi terlebih anak muda. Observasi selanjutnya adalah dengan melakukan wawancara terhadap sejumlah anak muda apakah dengan live music ini akan menambah ketertarikan mereka atau tidak. Dari hasil wawancara tersebut mereka sebagai pengunjung coffee shop rata-rata lebih antusias dengan diadakannya live music, karena mendengarkan music secara langsung memiliki atmosphere yang berbeda dibanding suara music dari speaker, menimbulkan rasa semangat dari dalam diri, lebih berkesan, membantu mengurangi stress, meningkatkan mood, mengenal music baru, dan bahkan menemukan sebuah inspirasi. Selain itu dari sisi pengusaha coffee shop dengan mengadakan pertunjukan live music dapat membangun image positif untuk branding nya karena pengunjung yang berkesan akan senantiasa untuk datang lagi dan bahkan merekomendasikan kepada

orang lain. Selain itu tentu saja dari sisi pengusaha dapat meningkatkan pendapatan karena pemasukan yang diperoleh bisa berkali lipat dibanding tanpa pertunjukan live music.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses bisnis kopi di Kabupaten Kuningan dari pemanenan sampai distribusi dilihat dari perspektif ekonomi sirkular terkait penggunaan energi, penanggulangan limbah sudah berjalan sesuai model ekonomi sirkular dalam hal *reduce, reuse, dan recycle*. Limbah kopi dapat diolah menjadi produk lanjutan, dan sebagai pupuk kompos ekonomis oleh petani. Pengusaha coffee shop lebih mengutamakan pembelian kopi lokal dari distributor karena selain tidak hanya meningkatkan perekonomian warga lokal juga turut serta berkontribusi dalam memajukan pariwisata dalam cita rasa khas daerah. Menggelar pertunjukan live musik sebagai nilai tambah juga turut serta berpengaruh dalam meningkatkan profitabilitas *coffee shop* karena menarik minat lebih dari pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Winans K, et.al (2017). The History and Current Applications of The Circular Economy Concept. *Renewable and Sustainable Energy Reviews* 68 (2017)
- Kirchherr, et.al (2017). Conceptualizing The Circular Economy: An Analysis of 114 Definitions. *Resources, Conservation & Recycling*
- Alijoyo & Sapuan, (2022) Green Behavior And The Use Of Eco-Product : Millennial Generation Perspective, 2(1). 122-123
- Nurhidayati, D. (2022). Pengenalan Ekonomi Sirkular (Circular Economy) Bagi Masyarakat Umum, 1(2), 135-140.
- Indah, P. (2021). Konsep Dan Implementasi Ekonomi Sirkular Dalam Program Bank Sampah (Studi Kasus: Keberlanjutan Bank Sampah Tanjung), 4(1), 89-91
- Tuwuh & Krisnawati, (2020). Studi Kepuasan Konsumen Pada Peacock Coffee Gajah Mada Semarang 4(1), 38-39
- Mush'ab & Alim, (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor), 10(2), 119-121
- Ria & Ratya, (2018). Analisis Daya Saing Kopi Indonesia, 2(1), 2-3