

ANALYSIS OF THE ENTREPRENEUR SPIRIT OF THE KATEGE COFFE SHOP BUSINESS IN TARGETTING MILLENNIALS IN JEMBER

Tika Yulia Sari Putri¹, Wahyu Eko Setianingsih², Jekti Rahayu³

^{1,2,3} Faculty of Economics, Management and Business Study Program, University of Muhammadiyah Jember.

Email: tikayuliajohar@gmail.com

ABSTRAK

Artikel History:

Artikel masuk: 16/01/2024
Artikel revisi: 15/07/2024
Artikel diterima: 31/07/2024

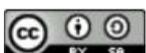
Keywords:

Spirit Entrepreneur Coffee, Entrepreneur, Millenial, Coffee Shop KATEGE

Pada penelitian ini masalah yang terjadi yakni Bagaimana Spirit Entrepreneur owner Coffee Shop KATEGE untuk menargetkan kaum generasi millenial di wilayah Kabupaten Jember. Enerprenuer merupakan kemampuan untuk dapat menciptakan nilai untuk perkembangan usaha. Spirit Entrepreneur muncul karena adanya perubahan gaya hidup seiring perkembangan zaman khususnya generasi millenial yang identik dengan hal-hal baru dan digitalisasi. Tujuan dalam melakukan penelitian ini yaitu untuk menjelaskan spirit entrepreneur owner coffee shop KATEGE dalam menarik target generasi millenial. Metode kualitatif digunakan pada penelitian ini secara langsung dengan melakukan observasi pada obyek yang diteliti serta melakukan wawancara. Sedangkan untuk analisis data menggunakan analisis Milles and Hubberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa spirit entrepreneur yang dimiliki owner coffe shop melalui sikap proaktif.

ABSTRACT

In this research, the problem that occurs is how the Entrepreneur Spirit of the owner of KATEGE Coffee Shop to target millennials in the Jember Regency area. Entrepreneur is the ability to create value for business development. Spirit Entrepreneur arises because of changes in lifestyle along with the times, especially the millennial generation which is synonymous with new things and digitalization. The purpose of this research is to explain the entrepreneurial spirit of KATEGE coffee shop owners in attracting millennial generation targets. Qualitative methods are used in this research directly by observing the object under study and conducting interviews. As for data analysis using Milles and Hubberman analysis. The results showed that the entrepreneurial spirit possessed by the coffee shop owner through a proactive attitude.



INTRODUCTION

Pertumbuhan ekonomi global pada TW2-19 terus menghadapi tekanan signifikan dari Amerika Serikat karena adanya konflik terkait perdagangan dengan Tiongkok. Dampak negatif dari adanya tarif yang ditambahkan pada impor telah merembet ke perdagangan global dalam aspek kinerja, menimbulkan gangguan dalam rantai pasokan global yang berujung pada perlambatan volume perdagangan dunia. Konflik perdagangan yang semakin eskalatif, ditambah ketidakpastian seputar negosiasi Brexit dan isu geopolitik, telah meningkatkan tingkat ketidakpastian secara keseluruhan. Hal ini mempengaruhi sentimen bisnis dan konsumen, yang pada gilirannya merugikan kegiatan investasi dan konsumsi.

Dampaknya terlihat jelas dalam penurunan dari konsumsi, investasi, maupun ekspor aspek kinerja, menyebabkan pertumbuhan segi ekonomi di banyak negara jauh di bawah ekspektasi. Bagi negara yang maju seperti Inggris, AS, maupun Kawasan Euro, mengalami perlambatan ekonomi yang lebih dalam, yang disertai dengan penurunan pertumbuhan. Ekonomi AS, yang awalnya diharapkan untuk terus membaik, malah melambat secara signifikan yaitu sekitar 2,3% year-on-year untuk TW2-19, dibandingkan dengan 2,7% untuk TW1-19. Begitu pula dengan ekonomi Inggris yang menurun 1,2% year-on-year dimana sebelumnya 1,8%.

Sementara di negara berkembang, terutama India, Tiongkok, dan Singapura, perlambatan ekonomi juga menjadi kenyataan. Ekonomi di India, pada TW2-19, memiliki pertumbuhan jauh yaitu dibawah 5% year-on-year, turun secara signifikan dari 5,8%, mencapai level paling rendah dari TW1-13. Selain itu Tiongkok memiliki pertumbuhan ekonomi yang lambat yaitu 6,2% year-on-year dari sebelumnya 6,4%, dipengaruhi dari adanya kenaikan bentuk tarif di AS. Singapura mengalami penurunan ekonomi yang diakibatkan kontraksi tajam dalam pengiriman produk elektronik karena terkait dengan rantai pasokan global.

Generasi millennial menjadi segmen pasar yang sangat potensial, terutama dalam bisnis kopi seperti Cof e Shop KATEGE. Gaya hidup mereka yang suka tantangan dan perubahan, serta keterampilan menggunakan teknologi dan kecenderungan untuk bersosial media, menjadikan mereka target pasar yang sangat

berharga. Pemilik Cofe Shop KATEGE harus memahami dan mengantisipasi preferensi dan kebutuhan khusus generasi millennial untuk merancang strategi pemasaran yang efektif.

LITERATURE REVIEW

Entrepreneurship

Entrepreneurship merujuk pada proses menciptakan, mengembangkan, dan mengelola suatu usaha atau inisiatif bisnis dengan mengambil risiko finansial, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Seorang entrepreneur, dalam konteks ini, adalah individu yang memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang bisnis, mengorganisir sumber daya (Cahayani et al., 2016)

Spirit of Entrepreneurship

Spirit of Entrepreneurship mengacu pada semangat, sikap, dan mentalitas yang memotivasi seseorang untuk menjadi wirausaha atau pengusaha. Ini mencakup rasa inisiatif, kreativitas, ketangguhan dalam menghadapi risiko, dan kemampuan untuk melihat peluang dalam setiap tantangan. Spirit kewirausahaan mendorong individu untuk berinovasi, mengambil risiko, dan memimpin usaha dengan keyakinan dan tekad (Widiyanti & Harti, 2021).

Millennial Generation

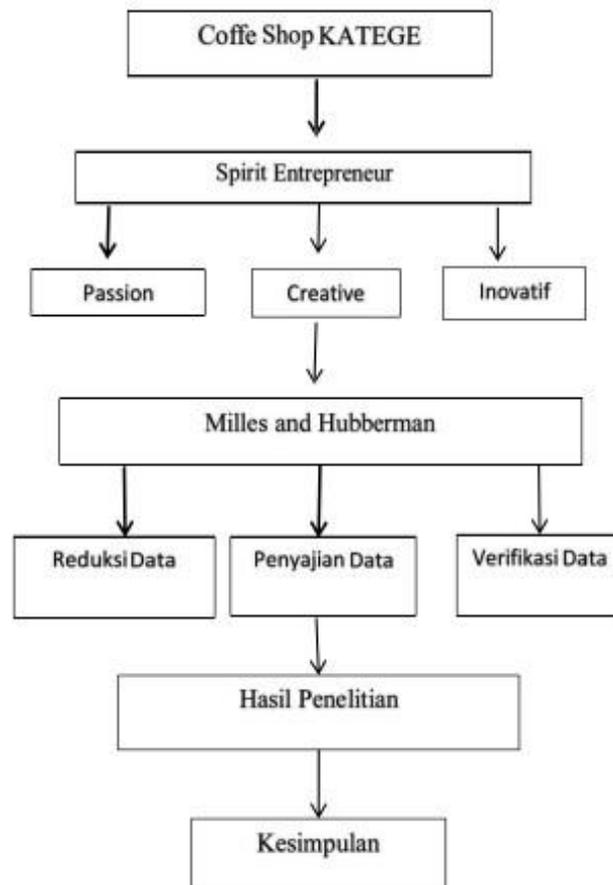
Generasi Millennial merujuk pada kelompok demografis dengan tahun lahir mulai tahun 1980-an kemudian pertengahan 1990-an hingga kelompok yang lahir tahun 2000-an. Para millennial seringkali disebut sebagai generasi yang berkembang sama dengan perkembangan teknologi pada jaman itu. Mereka cenderung memiliki nilai-nilai seperti keterbukaan terhadap perubahan (Reza, 2013).

Coffee Shop

Toko kopi adalah usaha dalam bentuk tempat menyajikan banyak jenis minuman kopi dan lainnya, maupun seringkali menawarkan makanan ringan

<http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

dan suasana yang nyaman untuk duduk dan bersantai. Coffee shop sering menjadi tempat pertemuan sosial, tempat bekerja, atau tempat untuk menikmati kopi dengan variasi rasa yang beragam (Igiassi, 2017).



Gambar 2. 1 Gambar Kerangka Konseptual Penelitian

METHODS

Dalam pennenelitian ini menggunakan bentuk metode kualitatif dengan deskriptif sebagai pendekatannya, menitikberatkan pada studi pustaka, dokumentasi, observasi, serta wawancara sebagai bentuk prngumpulan data. Lokasi penelitian adalah *Coffee Shop* KATEGE di Kelurahan Tegal Gede, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember. Penelitian ini fokus pada strategi spirit entrepreneur dalam membidik generasi millennial. Tahap persiapan melibatkan pengumpulan teori terkait, kemudian dilanjutkan dengan tahap pelaksanaan yang dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan teknik triangulasi, dan hasilnya akan disusun dalam laporan skripsi. Proses penelitian terbagi dalam empat tahap: persiapan, <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

Dynamic Management Journal

Volume 8 No. 3 Tahun 2024

DOI: <http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v8i3>

pelaksanaan, analisis data, dan pelaporan.

ISSN (Online) 2580-2127

RESULTS

Evolusi Produk

Peluang bisnis baru memicu wirausaha muda dengan dukungan dari evolusi produk, ilmu pengetahuan, perubahan gaya hidup, teknologi, budaya, struktur pemerintahan, dan intrapreneurship. Evolusi produk, dengan menambahkan menu baru seperti es kopi udan susu, es kopi Hazelnut, es kopi Rum, es kopi Jeruk, es kopi Apel, mie rasan-rasan, mie kalem, dan mix plate.

Perkembangan Teknologi

Generasi millennial mengintegrasikan teknologi sebagai gaya hidup tak terpisahkan, terutama dalam penggunaan gadget untuk komunikasi dan akses internet. Karakteristik generasi ini, menurut Wahana (2015), mencerminkan preferensi terhadap teknologi. Menyediakan wifi menjadi kebutuhan esensial, memungkinkan konsumen untuk bekerja atau bersosial media.

Kreativitas dan Inovasi

Inovasi adalah alat khusus wirausaha untuk memanfaatkan perubahan sebagai peluang bisnis yang unik. Pemilik Coffe Shop KATEGE, Rifqi Fahrizal, membuka bisnis di tengah pandemi COVID-19 pada pertengahan 2021. Meski banyak kompetitor baru muncul di bulan kesembilan, dia terus berinovasi menjaga daya tarik bagi generasi millennial.

Membuat Perubahan Konsep

Owner Coffe Shop KATEGE, Rifqi Fahrizal, menunjukkan entrepreneurial spirit yang mencakup orientasi kuat untuk mencari peluang dan inisiatif perubahan. Dalam wawancara, Rifqi menyebutkan bahwa dia terus berinovasi dengan menciptakan menu baru, memperbaiki penataan tempat, dan meningkatkan kualitas pelayanan, merespons perubahan generasi millennial.

Mengadakan Tournament Kolaborasi dan Kegiatan Sosial

<http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

Owner CoffeShop KATEGE, Rifqi Fahrizal, mempraktikkan entrepreneurship dan orientasi pada nilai sosial. Dalam wawancara, Rifqi menyatakan bahwa untuk menarik generasi millennial, dia berkolaborasi dengan store dan UKM kampus sebagai sponsor dalam mengadakan turnamen dan kegiatan sosial. Contoh kegiatan sosial mencakup "Jumat Berkah," di mana mereka memberikan nasi bungkus gratis, dan acara Nobar saat Piala Dunia, yang sangat diminati oleh generasi millennial dan masyarakat sekitar. Hal ini mencerminkan sikap entrepreneurship yang memiliki nilai yang baik bagi diri dan orang lain, sesuai terhadap konsep (Sunyoto, 2013).

CONCLUSION AND SUGGESTION

Owner cofe shop KATEGE sukses menarik generasi millennial dengan mengintegrasikan gaya hidup minum kopi ke dalam bisnisnya. Saat pandemi, ia proaktif menciptakan konsep menarik dengan memanfaatkan digitalisasi dan kolaborasi, meningkatkan prestise cofe shop. Inovasi dan kreativitas kunci dalam merespon perubahan perilaku generasi millennial. Saran melibatkan brand ambassador dari kalangan selebgram atau TikTok, peningkatan kolaborasi dengan pihak lain, dan penambahan elemen dekoratif estetik seperti cermin, pewangi, dan neonbox akrilik KATEGE untuk memperkaya pengalaman pelanggan.

BIBLIOGRAPHY

- Cahyani et al.,2016. The Dimension of Entrepreneurial Characteristicsin Young Entrepreneurs in the Creative Industry Field in Jakarta. *China-USA Business Review*, July 2016, Vol. 15, No. 7 , 319-329
- Igiassi, T. S. (2017). Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik : Studi Tentang Gaya Hidup. *Jurnal Masyarakat Maritim*, 1(1), 20-2
- Reza Dwiyan Nurazizi, Kedai Kopi dan Gaya Hidup Konsumen (Analisis Simulacrum Jean P Baudrillard Tentang Gaya Hidup Ngopi di Excelso). *Jurnal penelitian ilmiah jurusan Sosiologi Fisip Universitas Brawijaya* : Malang. 2013
- Widiyanti, D., & Harti, H. (2021). Pengaruh Self-Actualization Dan Gaya Hidup Hangout <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

Dynamic Management Journal

Volume 8 No. 3 Tahun 2024

DOI: <http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v8i3>

ISSN (Online) 2580-2127

Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Kekinian Pada Generasi Milenial

Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 50-60