

EKSISTENSI WARUNG KOPI DAENG ANAS**A. Tri Arwina Dheafati¹, Rasyid Ridha², Ernianti³, Nurul Fajri⁴, Muh. Nur Ikhsan⁵, Yulenni Bandora⁶**^{1,2,3,4,5,6}Prodi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Negeri Makassar, IndonesiaEmail: atriarwinadheafati@gmail.com¹, m.rasyid.ridha@unm.ac.id²,
erniantirauf04@gmail.com³, nfajri13@gmail.com⁴, mnrkhsan@gmail.com⁵
yulennibandora@gmail.com⁶**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui a) sejarah berdirinya warung kopi daeng Anas dan, b) strategi yang dilakukan daeng Anas dalam mempertahankan eksistensi warung kopinya, c) cara yang dilakukan daeng Anas dalam menghadapi hambatan berwirausaha dibidang *Coffeshop*. Metode analisis ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan realita sosial yang kompleks dengan menerapkan konsep-konsep teori yang ada. Dalam penelitian ini digunakan 1 responden, dimana responden disini yakni daeng Anas selaku pemilik warung kopi. Hasil Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang diamati dalam penelitian ini menunjukkan bahwa didalam mengolah keuangan dan dari sisi strategi produksi. Sedangkan didalam Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) merekrut tenaga kerja, maka dianalisis menggunakan analisis SWOT yang meliputi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), ancaman (*threats*).

Kata Kunci: Strategi Bisnis yang meliputi Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), Pemasaran, Produksi dan Analisis SWOT.

Abstract

The purpose of this study was to determine a) the history of the establishment of the Daeng Anas coffee shop and, b) the strategy used by Daeng Anas in maintaining the existence of his coffee shop, c) the method used by Daeng Anas in facing obstacles to entrepreneurship in the Coffeeshop sector. This analysis method uses descriptive qualitative research with the aim of describing complex social realities by applying existing theoretical concepts. In this study, 1 respondent was used, where the respondent here was Daeng Anas as the owner of the coffee shop. The results of the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Business Strategy observed in this study showed that in managing finances and from the production strategy side. While in Human Resource Management (HRM) recruiting workers, it was analyzed using a SWOT analysis which includes strengths, weaknesses, opportunities, threats.

Keywords: Business Strategy including Finance, Human Resource Management (HRM), Marketing, Production and SWOT Analysis.

A. PENDAHULUAN

Saat ini di era berbagai macam usaha yang bermunculan dan mengalami perkembangan, warung kopi atau coffeshop menjadi salah satu bidang usaha yang digemari oleh para pelaku wirausaha. Kota Makassar menjadi salah satu kota yang tidak sulit untuk menemukan warung kopi, mulai dari konsep tradisional hingga modern yang bernuansa kebarat-baratan, Korea, sudah mudah ditemukan, mulai dari jalan raya, gang atau lorong kecil, hingga tempat tersembunyi (Hiddengem) bahkan dalam lingkup pusat perbelanjaan sudah mudah ditemukan warung kopi.

Warung kopi menjadi usaha yang sangat fleksibel untuk digeluti dikarenakan bisnis tersebut mampu dilakukan secara individu maupun berkelompok, yang didalamnya membangun pola interaksi sosial yang besar karena adanya kegiatan rapat bisnis, diskusi atau berbagi pengalaman terkait bisnis, atau juga mendalami hobi menjadi pecinta kopi. Dalam sudut pandang masyarakat, warung kopi atau Coffeshop menjadi salah satu tempat multifungsi karena bisa melakukan aktivitas seperti bersantai karena lelah dengan pekerjaan yang ada, mengerjakan pekerjaan, tempat rapat atau ruang diskusi tentunya sambil menikmati secangkir kopi yang mampu meningkatkan rasa lebih semangat dan rileks dalam bekerja.

Warung kopi di Makassar memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berbagai kalangan yang dominan menginginkan ruang dengan suasana yang nyaman dan memiliki suasana yang mendukung untuk melakukan pekerjaan yang membutuhkan pemikiran atau kefokuskan tingkat tinggi. Namun, meskipun banyaknya warung kopi yang ada di Makassar dan fungsinya mirip hal tersebut tidak menutup rasa persaingan antara warung kopi yang satu dengan lainnya. Hal tersebut menjadi sangat menarik ditinjau dari salah satu warung kopi yang tingkat eksistensinya atau terkenalnya ada disegala usia, yakni warung kopi Dg. Anas. Dari sekian banyak warung kopi yang ada di kota Makassar, warung kopi Dg. Anas atau Warkop Dg. Anas menjadi salah satu warung kopi yang digemari dan setiap harinya padat pengunjung. Warung kopi yang sering diliput oleh media, mulai dari wartawan televisi hingga media koran dan blog inspirasi sudah pernah memuat berita mengenai warung kopi Dg. Anas ini.

Warung kopi yang sudah berdiri puluhan tahun dengan berbagai hiruk pikuk perjalanan bisnis sudah dilewati mampu bersaing di era ramainya berbagai cafe yang berkembang di Makassar. Maka penulis ingin mengetahui bagaimana Eksistensi Warung Kopi daeng Anas tersebut?

B. METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Peneliti ini difokuskan pada strategi bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Warung Kopi Dg. Anas di Jl. RSI Faisal XII. Makassar, Sulawesi Selatan sehingga peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (natural setting), dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis bersifat induktif dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna generalisasi. Penelitian kualitatif yang bersifat holistic (menyeluruh, tidak dapat dipisahkan) yang harus dimiliki oleh peneliti kualitatif jauh lebih banyak karena harus disesuaikan dengan fenomena yang berkembang di lapangan.

Unit Analisis Penelitian

Penelitian kualitatif umum dan pada dasarnya dipergunakan dalam dunia ilmu-ilmu sosial dan humaniora, dalam aturan kajian mikro. Terutama berkaitan dengan pola dan tingkah laku manusia (behavior) dan apa yang dibalik tingkah laku tersebut yang biasanya sulit untuk diukur dengan angka-angka. Karena apa yang kelihatan menggejala tidak selalu sama dengan apa yang ada di dalam pikiran dan keinginan sebenarnya. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berpangkal dari pola pikir induktif, yang didasarkan atas pengamatan obyektif partisipatif terhadap suatu gejala (fenomena) sosial (Nugrahani, 2014).

Sedangkan menurut Harahap (2020) Metode penelitian kualitatif merupakan salah satu metode penelitian yang dewasa ini semakin berkembang dan banyak diimplementasikan dalam berbagai bidang keilmuan, terutama dalam bidang ilmu sosial humaniora, budaya, psikologi, komunikasi, dan pendidikan. Dalam penerapannya, peneliti kualitatif perlu memahami prosedur pelaksanaannya, dan memahami fungsi penelitian kualitatif tersebut sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan. Untuk itu, buku ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi para peneliti untuk dapat melaksanakan penelitiannya dengan prosedur yang benar, sehingga hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Maka dari itu, penelitian kualitatif merupakan salah satu model penelitian yang tepat untuk digunakan pada penulisan artikel ini. Penelitian kualitatif yang berfokus pada fenomena yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian menggunakan metode analisis deskriptif dan menganalisisnya menggunakan SWOT. Kemudian peneliti menganalisis data atau informasi yang berupa narasi-narasi, penelitian kualitatif yang dihasilkan dalam wawancara mendalam (in-depth interview) yang berkaitan dengan strategi bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Warung Kopi Dg. Anas di Jalan RSI Faisal, Makassar, Sulawesi Selatan beserta dokumentasi yang berkaitan dengan strategi bisnis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengidentifikasi strategi bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya..

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Berdirinya Warung Kopi Dg. Anas

Pria kelahiran Ujung Pandang, 23 September 1974 itu lebih akrab disapa Dg Anas. Dia merupakan putra kelima dari tujuh bersaudara pasangan Nawir Rahim dan Sitti Rupiani. Namun, hanya dia yang terlihat mampu mewarisi usaha buyutnya. Pada tahun 1982. Saat itu, Dg Anas hanya membantu kakeknya H Gani dan ayahnya Nawir Rahim berjualan kopi di Jalan Bandang. Saat itu, mereka hanya menyewa teras rumah milik kerabatnya. Akan tetapi, pada tahun 1989 Usaha Warung kopi terhenti dikarenakan pemilik bangunan tidak memperpanjang kontrak dan diambil alih oleh pemilik bangunan. Pada tahun 1992, Bersama sang Ayah H. Nawir Rahim Dg. Anas kecil kembali merintis usaha warung kopi di daerah daya makassar yang Berlokasi di daerah Daya Makassar dengan pelanggan yg beraneka ragam dari kelas bawah dan pegawai Damri. Berbeda dengan sebelumnya yang tidak mengangkat brand. Akan tetapi, prosesnya kembali dari awal, memulai dari nol untuk mencari pelanggan baru.

Pada tahun 2001 barulah Dg Anas berinisiatif untuk pertama kalinya merintis sendiri usaha Warung Kopi secara mandiri dibilangan tepi jalan Jl. AP. Pettarani. Dengan rintisan usaha mandiri yang dilakukan akan tetapi Dg Anas masih membawa pengaruh nama usaha milik orang tua dengan sedikit modifikasi. Saat itu, dia hanya memakai tenda, lokasinya di

pembakaran kapur Pettarani, yang sekarang menjadi Giant. Dg Anas mengaku pada dua tahun pertama di sana usahanya belum berkembang. Akan tetapi, keluarga keluarga terus memberikan dukungan sehingga Dg. Anas bisa bangkit dan terus mengembangkan usahanya. Pada tahun 2004, Warkop Dg Anas berpindah lokasi ke Jl. Pelita Raya karena sengketa pemilik tempat. Namun tetap membawa nama yang sama yaitu Warkop Sumber Daya.

Saat ini Warkop mulai terpublikasikan oleh media khususnya media cetak. Setahun setelahnya atau lebih tepatnya tahun 2005, Dg Anas mengubah nama warkopny yang sebelumnya bernama Warkop Sumber Daya berganti nama menjadi Warkop Dg. Anas dengan lokasi yg sama di Jl. Pelita Raya. Hal itu berawal dari Azis Mualla yang tidak menyebutkan warkopnya sebagai tempat favorit minum kopi kepada awak media. Akan tetapi Azis Maulana tidak menyebut nama Warkop Dg. Anas di karenakan terlalu panjang dan menyebut Warkop Dg Anas. hal tersebut lah yang menjadi faktor perubahan nama Warkop Dg Anas sampai sekarang.

Tahun 2008, Dg. Anas membuka cabang ke 2 berlokasi yang sama saat ini yaitu di Jl. RSI Faisal XII. Sukses membuka cabang ke-2 membuat pelanggan makin beragam dari kalangan bawah sampai kalangan atas. Akan tetapi, pada saat wabah COVID 19 menyerang, omset yang menurun drastis terimbas dari aturan PSBB dan PPKM. Dengan tahun penuh cobaan maka tahun 2020 akhirnya usaha dicabang ini terpaksa ditutup dan berfokus di lokasi Warkop cabang Faisal saja.

Strategi Yang Dilakukan Oleh Daeng Anas dalam Mempertahankan Eksistensi Warung Kopinya

Usaha yang akan atau sedang dikembangkan pastinya akan memerlukan sebuah perkembangan. Perkembangan sangat berpengaruh terhadap kekonsistenan usaha tersebut. Perkembangan dibidang infrastruktur, inovasi marketing sampai dengan hasil usaha itu sendiri sangat perlunya sebuah perkembangan. Katz, (2014) faktanya adalah bahwa pelatihan dan pendidikan dalam kewirausahaan merupakan salah satu keberhasilan paling awal dan paling signifikan dari sistem pendidikan pasca-sekolah menengah modern. Dampaknya terlihat jelas saat ini dalam hal jumlah orang yang mengambil pendidikan atau pelatihan kewirausahaan. Di Amerika Serikat saja, hampir 125.000 orang setiap tahun mengambil kelas kewirausahaan di perguruan tinggi atau universitas. Sebanyak 125.000 orang lainnya setiap tahun mengambil kursus perguruan tinggi di bidang usaha kecil yang terkait.

Begitu pentingnya mengembangkan sebuah usaha yang akan atau sedang berjalan. Seperti halnya Warkop Dg. Anas, Dg. Anas selaku owner selalu berupaya untuk mengembangkan usaha warkopnya tersebut. Mulai dari mendirikan cabang baru yang saat itu mencapai 5 cabang dan setiap cabang tersebut sangat laris didatangi oleh masyarakat. Selain mendirikan cabang baru, Warkop Dg. Anas juga melakukan inovasi pada produk minuman yang menjadi menu utama. Menghadirkan menu minuman dengan racikan dan komposisi yang baru merupakan salah satu inovasi yang telah beliau lakukan. Hal tersebut bertujuan agar menu yang warkopnya sungguh tidak itu saja dan juga dapat memberi sensasi baru terhadap konsumen yang menikmatinya.

Strategi yang dilakukan Oleh Dg Anas dalam mempertahankan eksistensi warung kopinya yaitu cita rasa dari kopi itu sendiri. Menurut Dg Anas mempertahankan cita rasa dari kopi perlu pengalaman yang tidak singkat dan hal tersebut tidak bisa di pungkiri bahwa mempertahankan cita rasa dari kopi adalah sesuatu yang sulit, apalagi yang menjelaskan dari cita rasa yaitu konsumen di era tahun 90an yang masih sering datang sampai sekarang. Bagaimana mempertahankan cita rasa kopi tersebut adalah kreativitas yang dilakukan oleh Dg. Anas. Jadi, cita rasa menjadi hal utama atau kunci dari kesuksesan. Hal lain yang menjadikan Warung Kopi Dg Anas masih eksis sampai sekarang, karena Dg Anas fokus pada kopi dan tidak pernah bekerja sama dengan pihak lain atau memiliki usaha lain.

Selain dari pada kopi yang disajikan oleh Warkop Dg. Anas, adapun makanan berupa kue jajanan pasar hingga roti yang memiliki kemasan. Hal tersebut tidak lepas dari permintaan konsumen yang meminta adanya makanan ringan sebagai pendamping kopi. Seperti yang dikatakan Drucker et al (2014) bagaimana manajemen dapat dikembangkan untuk menciptakan kesejahteraan sebesar-besarnya bagi masyarakat secara keseluruhan, wirausahawan selalu mencari perubahan, meresponsnya, dan memanfaatkannya sebagai peluang.

Hal yang Dilakukan Daeng Anas dalam Menghadapi Hambatan Berwirausaha Dibidang Coffeshop

Hambatan dalam sebuah usaha sudah pasti ada dan tidak dapat kita tolak kehadirannya. Perkembangan zaman yang menuntut kita agar tetap berada pada jalur teknologi adalah satu dari sekian banyak masalah yang ada. Dg. Anas yang selaku owner Warkop Dg. Anas sudah memulai usaha dari kurang lebih 32 tahun yang lalu. Beliau konsisten menjalankan usaha

warung kopi dari awal. Tidak dapat dipungkiri, selama 32 tahun tersebut pasti banyak kendala yang dihadapi. Beliau mengatakan bahwa, hal yang paling berat dalam memulai sebuah usaha adalah niat, setelah niat tersebut tercukupi maka kendala yang selanjutnya adalah konsisten. Konsisten yang dimaksud adalah bagaimana meyakinkan diri sendiri bahwa usaha yang dilakukan merupakan usaha yang tidak akan gagal. Salah satu kendala awal yang dirasakan beliau adalah kurangnya konsumen yang datang pada saat pertama memulai usaha.

Tahun 1992 sangat kurang orang yang ingin mengunjungi warung kopi. Hanya tukang becak saja yang awalnya mendatangi Warkop Dg. Anas yang saat itu masih bernama Warkop Sumber Daya yang lokasinya berada di Daerah Daya pada saat itu. Di tengah polemik pengunjung yang tidak kunjung mengalami peningkatan, bahkan dalam sehari bisa saja hanya 2 gelas kopi yang terjual. Hal tersebut membuat Dg. Anas berpikir apakah usahanya tersebut dapat terus berjalan. Dalam kondisi inilah pemilik usaha menghentikan usahanya karena melihat bahwa usaha yang dilakukan tidak dinikmati oleh pasar. Namun, Dg. Anas tetap berdiri pada pendiriannya bahwa usaha yang dia mulai akan terus dilanjutkan. Buah dari kekonsistenan tersebut akhirnya mendapati hasilnya, warkop beliau sudah mulai dilirik bukan hanya dari tukang becak namun para supir bus damri pun mulai menikmati usahanya.

Selain dari pada konsisten, dalam menjalankan sebuah usaha diperlukan inovasi yang berkelanjutan. Kemampuan melihat pasar seiring dengan perkembangan zaman menjadi sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku usaha. Seperti halnya pada tahun 2019 saat wabah Virus Covid-19 mulai menjalar ke Indonesia. Sebagian besar pelaku usaha terkena dampak dari wabah tersebut yang membuat banyak dari usaha harus ditutup karena peringatan agar tidak berkegiatan di luar rumah. Dari kejadian itu menimbulkan ketimpangan pada sistem ekonomi Indonesia saat itu. (Verma et al 2020; Crick et al 2020) Pandemi COVID-19 telah dicap sebagai peristiwa angsa hitam yang menyebabkan efek berantai pada setiap aspek kehidupan manusia. Meskipun rentang waktu pandemi ini singkat hanya empat setengah bulan sejauh ini. Usaha Warkop Dg. Anas juga terdampak dari peristiwa tersebut. Usaha yang saat itu sedang berada pada titik tertingginya harus beliau tutup sesuai dengan arahan dari pemerintah. Hal tersebut membuat tidak adanya pemasukan sehingga tidak ada modal yang bisa diputar dan juga tidak ada penghasilan untuk menggaji semua karyawannya saat itu. Saat seperti inilah yang membuat seorang dapat dikatakan memiliki inovasi dalam menjalankan usaha. Karena tidak bolehnya melakukan kegiatan yang terindikasi berkerumun, maka Dg, Anas mengusulkan sebuah ide kepada karyawannya. Kalau karyawan tidak bisa datang untuk

menikmati kopi yang kita buat, bagaimana kalau kopi tersebut yang mendatangi pelanggan tersebut.

Inovasi tersebut diterima baik oleh karyawannya. Karena eksistensi Warkop Dg. Anas pada saat itu sudah sangat luas sampai mencakup semua kalangan. Mulai dari masyarakat ekonomi menengah ke bawah sampai dengan para pejabat-pejabat pemerintahan daerah pun mengenal Warkop Dg. Anas. Kaunggulan tersebut dimanfaatkan oleh Dg. Anas sampai menginformasikan di berbagai jenis media bahkan menghubungi secara pribadi bahwa dalam kondisi PSBB saat itu, penikmat kopi dapat menikmati kopi Dg. Anas dengan cara memesan dengan cara menghubungi Dg. Anas dan akan diantarkan oleh karyawannya. Pengantaran dilakukan dengan mengenakan biaya antar yang telah disampaikan pada saat memesan dan biaya pengantaran tersebut Dg. Anas berikan kepada karyawannya yang mengantar pesanan tersebut.

Kondisi tersebut sangat berpengaruh dalam perkembangan usaha yang dilakukan Dg. Anas. Hingga saat ini semakin banyak pesanan yang diterima Warkop Dg. Anas untuk berbagai kegiatan, seperti para mahasiswa yang memberikan minuman dari Warkop Dg. Anas sebagai bingkisan saat melakukan ujian. Seperti yang dikatakan oleh Toma et al (2014) beberapa kekuatan dinamis, seperti disrupsi teknologi, ekonomi yang berfluktuasi, atau perubahan demografi, telah membawa peluang dan ancaman baru bagi organisasi, dan mengubah masyarakat dari seluruh dunia. Untuk mengatasi kekuatan yang berubah ini, pemerintah, organisasi publik dan swasta, dan masyarakat semakin menyadari pentingnya kewirausahaan. Kewirausahaan adalah fenomena multifaset, yang dianalisis sebagai proses, sumber daya, atau keadaan.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan kepada Pemilik dari Warkop Dg. Anas, ditemukan bahwa sebuah usaha tidak akan berjalan apabila tidak ada perkembangan yang dilakukan terhadap usaha tersebut. Mengembangkan sebuah usaha membutuhkan inovasi yang akan terus berlanjut sesuai dengan kondisi dan perkembangan zaman. Berbagai macam inovasi telah dilakukan oleh Dg. Anas sejak awal membuka usaha warung kopi pada tahun 1992 yang masih bertahan sampai sekarang ini. Berbagai macam inovasi telah dilakukan oleh Dg. Anas

untuk menjaga usahanya tetap berkembang dan menjadi pilihan para pelanggannya yang telah lama menikmati suguhan dari Warkop Dg. Anas.

Saran

Artikel mengenai Eksistensi Warkop Dg. Anas ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu kami selaku penulis membuka pintu yang lebar untuk berbagai macam tanggapan dan masukan demi mendukung observasi ini agar mencapai tingkat yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Crick, J. M., & Crick, D. (2020). Coopetition and COVID-19: Collaborative business-to-business marketing strategies in a pandemic crisis. *Industrial Marketing Management*, 88, 206-213.
- Drucker, P., & Maciariello, J. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian kualitatif*.
- Katz, J. A. (2014). Education and training in entrepreneurship. In *The psychology of entrepreneurship* (pp. 241-268). Psychology Press.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode penelitian kualitatif dalam penelitian pendidikan bahasa*.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- Toma, S. G., Grigore, A. M., & Marinescu, P. (2014). Economic development and entrepreneurship. *Procedia economics and finance*, 8, 436-443.
- Verma, S., & Gustafsson, A. (2020). Investigating the emerging COVID-19 research trends in the field of business and management: A bibliometric analysis approach. *Journal of business research*, 118, 253-261.
- Vidgen, R., Shaw, S., & Grant, D. B. (2017). Management challenges in creating value from business analytics. *European Journal of Operational Research*, 261(2), 626-639.

MEDIA INTERNET

www.bps.go.id/indeks.php <http://karimritonga.info/home/?p=6>

<http://www.kajianpustaka.com/2013/01/usaha-mikro-kecil-dan-menengah.html>

<http://restafebri.blogspot.com/2009/03/pengertian-dan-kriteria-usaha-mikro08.html>

vvhavgod.blogspot.com/2011/02/analisis-swot.html

<http://fitripurnamasari-30207475.blogspot.com/2010/10/kelebihan-dan-kelemahan-usaha-kecil.html>

<http://desrihandayani.blogspot.com/2014/10/makalah-hakikat-usaha-mikro-kecil-dan.html>
ukmpustaka.unpad.ac.id