

**STRATEGI PENGUSAHA WARUNG KOPI DALAM MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSINYA DI KOTA KENDARI**

Suardi¹
Wa Ode Sitti Hafsa²
Ashmarita³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang eksistensi dan strategi warung kopi di Kota Kendari. Penelitian ini menggunakan teori strategi adaptasi oleh J.W Bennet. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode etnografi dengan pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik pengamatan (observation) dan wawancara mendalam (interview). Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbisnis kuliner di Kota Kendari merupakan salah satu opsi bisnis yang sangat menjanjikan. Salah satunya adalah bisnis warung kopi yang ternyata mampu menghasilkan profit yang cukup besar walaupun hanya mengeluarkan modal yang tidak terlalu besar. Kepopuleran warung kopi saat ini ternyata juga didukung oleh gaya hidup masyarakat urban yang sangat gemar menghabiskan waktu senggangnya di sebuah warung kopi dengan berbagai alasan kunjungan. Beberapa strategi yang digunakan para pengusaha warung kopi dalam menjaga eksistensi usahanya seperti: (a) memberikan fasilitas tempat serta pelayanan yang baik; (b) penentuan lokasi usaha warung kopi; (c) menentukan harga menu yang terjangkau.

Kata kunci : warung kopi, eksistensi, strategi

ABSTRACT

This study aims to find out about the existence and strategy of coffee shops in Kendari City. This research uses the adaptation strategy theory by J.W Bennet. The method of this study is the ethnographic method. Collecting data is observation and in-depth interviews. Analysis data is analyzed descriptive qualitative. The results of the study show that doing a culinary business in Kendari City is a very promising business option. One of them is a coffee shop business that turned out to be able to generate substantial profits even though it only issued a capital that was not too large. The popularity of coffee shops today is also supported by the lifestyle of urban people who are very fond of spending their free time in a coffee shop for various reasons for visiting. Some strategies used by coffee shop entrepreneurs in maintaining the existence of their businesses such as (a) providing good facilities and services; (b) determination of the location of the coffee shop business; (c) determine affordable menu prices.

Keywords: *coffee shop, existence, strategy*

¹ Jurusan Antropologi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Halu Oleo, Pos-el: ardi.suardi@gmail.com

² Jurusan Antropologi Fakultas Ilmu Budaya Universitas Halu Oleo, Jl. H.E.A. Mokodompit, Kampus Hijau Bumi Tridharma Kendari, Pos-el: waode.sifatu@uho.ac.id

³ Jurusan Antropologi Fakultas Ilmu Budaya Universitas Halu Oleo, Jl. H.E.A. Mokodompit, Kampus Hijau Bumi Tridharma Kendari, Pos-el: ashmarita@uho.ac.id

A. PENDAHULUAN

Perkembangan warung kopi di Kota Kendari sendiri semakin berkembang dengan pesat. Dari data yang diperoleh di tiga warung kopi sebagai lokasi penelitian, rata-rata dari pemilik warung kopi mengaku bahwa warung kopi merupakan komoditi baru di dunia usaha di kota kendari di lihat dari antusias masyarakat melakukan kegiatan di warung kopi, dengan demikian di tengah menjamurnya usaha warung kopi menimbulkan sebuah persaingan yang sangat ketat dalam mempertahankan eksistensi usahanya.

Banyak warkop dengan berbagai macam konsep atau ide-ide yang ditawarkan untuk memikat pengunjung, baik dari kalangan anak muda maupun kalangan orang tua, bahkan dari segi ekonomi yang sedang sampai dengan kelas ekonomi ketat. Seiring dengan perkembangan zaman, tampilan warung kopi juga terus memberikan desain tempat yang modern dan tentunya tidak lepas dari kesan kopinya, hal ini juga memberikan terobosan baru pada cita rasa kopi yang ditawarkan.

Setiap warung kopi di Kota Kendari memiliki ciri khas yang berbeda beda, sehingga pengusaha warung kopi dituntut untuk memiliki ciri khasnya sendiri. Dengan melihat pangsa pasar, para pengusaha warung kopi di Kota Kendari mulai memikirkan usaha jangka panjang yang menguntungkan. Dalam menjalankan usahanya, berbagai kendala dialami oleh para pengusaha dalam membuka usaha warung kopi, diantaranya modal, pengelolaan dan pemeliharaan usaha.

Setiap warung kopi di Kota Kendari menyediakan puluhan menu kopi dan juga menu lainnya serta desain interior yang berbeda. Olehnya itu para pengusaha warung kopi dituntut untuk lebih kreatif mencari pembeda dengan minuman kopi milik warung kopi lain. Pembeda bisa dilihat dari kemasan, harga, maupun cita rasa minuman. Tidak hanya mengenai cita rasa kopi yang beda, menu dalam sebuah warung

kopi haruslah juga berbeda dari warung kopi pada umumnya. Seperti halnya kedai kopi ratu alam yang mengusung konsep menu dengan tema etnik *food* sebagai upaya pembeda dari warkop atau kedai kopi lain yang ada di Kota Kendari.

Adapun masalah yang dialami para pengusaha warung kopi ialah harga menu yang tidak sesuai dengan kondisi ekonomi masyarakat Kota Kendari. Olehnya itu, ada beberapa warung kopi yang memberikan promosi potongan harga menarik. Seperti halnya bangi kopi, karena dinilai terlalu mahal, pihak management bangi kopi memberikan promosi untuk menu baru di hari sabtu dan minggu.

Berbagai fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh para pemilik warung kopi kepada para pengunjung warung kopi, merupakan salah satu bentuk strategi dalam menarik pengunjung untuk sekedar singgah dan berlama-lama nongkrong di warung kopi miliknya, hal ini membuat pengusaha warung kopi di Kota Kendari dapat menjaga eksistensinya dengan baik sebagai pengusaha warung kopi. Jumlah warung kopi yang terus mengalami peningkatan dengan gaya dan konsep yang beragam, menjadikan pengusaha harus intens melihat kondisi tersebut untuk menjaga eksistensi usahanya agar tetap bertahan.

Umumnya kondisi keramaian warung kopi di Kota Kendari, memiliki jam-jam tertentu yang dimulai sejak jam 18.00 WITA sampai 02.00 WITA, baik pada hari libur ataupun hari kantor. Pada jam inilah biasanya warung kopi di Kota Kendari dipenuhi oleh para pengunjung dari berbagai kalangan, baik anak remaja, dewasa bahkan orang tua ataupun baik mahasiswa, PNS, pengusaha swasta ataupun pengangguran yang sekedar ingin melepas lelah setelah seharian beraktivitas.

Saat ini di Kota Kendari, penilaian publik terhadap sebuah warkop, tidak hanya ditentukan oleh cita rasa kopi yang disajikan, tetapi perlu juga memperhatikan berbagai fasilitas dan pelayanan yang dibe-

rikan pemilik warung kopi, sehingga dapat menarik pengunjung sebanyak-banyaknya dan usaha warung kopi yang dimilikinya dapat bertahan dan lebih berkembang di tengah-tengah persaingan usaha warung kopi yang begitu ketat di Kota Kendari.

Menurut David dan Wheelen (2003), bahwa strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan ataupun suatu bisnis/usaha dalam jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang). Implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian. Sedangkan menurut Arifin (1984: 59) strategi adalah keseluruhan kepuasan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Graham (2005: 114), mengemukakan bahwa eksistensi merupakan istilah yang diturunkan dari kosakata latin yakni *existere* yang berarti lebih menonjol daripada (*stand out*), muncul, atau menjadi. Eksistensi dengan demikian berarti kemunculan, sebuah proses menjadi ada, atau menjadi, daripada berarti kondisi mengada (*state of being*).

Coffee Shop (Kedai Kopi/Warung Kopi) adalah suatu tempat yang menyajikan olahan kopi dilengkapi kudapan kecil. Seiring perkembangan jaman *coffee shop* (kedai kopi/warung kopi), menyediakan makan kecil dan makanan berat (Kamus Besar Bahasa Indonesia).

Qastari (2016), dalam penelitiannya yang berjudul Persaingan Usaha Kafe dan Warung Kopi di kota Watampone. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Persaingan antara usaha kafe dan warung kopi dalam hal tarik menarik pengunjung di kota Watampone merupakan persaingan sehat. Tetapi masalah hukum yang menimbulkan konflik adalah jika salah satu kafe tidak memiliki surat izin usaha atau tidak terdaftar sebagai bada usaha atau perusahaan maka mereka sebagai subjek pajak dan wajib pajak tidak akan dikenai pajak dalam hal ini pajak restoran sehingga para pemilik

kafe bisa seenaknya menentukan harganya sendiri. Secara tidak langsung akan menimbulkan kerugian negara nantinya dan juga akan menimbulkan kecemburuan antara pemilik usaha lainnya karena mendapatkan hasil yang berbeda.

Damis, M. (2018) dalam penelitiannya yang berjudul Strategi Kebertahanan Usaha Warung Kopi Tikala Manado Suatu Tinjauan Antropologi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bertahan yang digunakan oleh pengelola Warung Kopi Tikala menggunakan dua strategi, yaitu: Pertama, strategi produksi untuk mengatasi permasalahan pada segi produksi pada satu sisi, dan menggunakan strategi pemasaran untuk mengatasi permasalahan pemasaran itu sendiri pada sisi yang lain. Strategi bertahan ini merupakan bagian dari keseluruhan pengetahuan pengelola. Warung Kopi Tikala yang memandang bahwa sisi produksi yaitu minuman kopi harus tetap terjaga ciri khasnya, baik cita rasa maupun aromanya harus yang terbaik dan tetap terjaga kualitasnya. Kemudian, penganannya juga harus demikian. Adapun pada sisi pemasarannya sangat ditentukan oleh kualitas produksi yang baik harus tepat terjaga sehingga ketika dipromosikan penuh percaya diri, baik melalui media massa maupun media sosial.

Syahri, M. (2011). Strategi Manajemen Usaha Warung Makan Ditinjau Dari Ekonomi Islam. Hasil penelitian menunjukkan strategi manajemen usaha warung makan etnis Jawa dalam mengelola usaha warung makan di Pekanbaru tidak bertentangan dengan ekonomi Islam yaitu pada aspek, membuka usaha pada malam hari, mengembangkan usaha di tempat lain, memakai system pesan saji, berpindah-pindah tempat, akan tetapi dari aspek promosi menurut hemat penulis hal tersebut telah bertentangan dengan Ekonomi Islam karena terdapat manipulasi dalam mempromosikan menu makan yang di jual.

Santoso, S. (2006) dalam penelitian Kemampuan Bertahan Pedagang Warung

Hik Di Kota Ponorogo. Hasil penelitian ini menunjukkan kemampuan berkembang dan bertahan menghadapi persaingan usaha tersebut, di samping didorong faktor keterampilan dan semangat kerja yang tinggi, juga didorong oleh berperannya modal sosial di antara pedagang warung hik. Dari sisi konsumen, pembeli yang datang ke warung hik tidak hanya semata-mata didorong oleh motif ekonomi (hanya membeli makanan dan minuman), tetapi didorong juga oleh motif yang lain, yaitu membutuhkan tempat yang nyaman untuk bersantai, mengobrol, dan berdiskusi. Kemampuan bertahan pedagang Warung Hik Survivalitas Pedagang Warung Hik di Kota Ponorogo singgah berlama-lama di warung hik. Hal tersebut disebabkan, di samping minuman dan jajanan yang disajikan cukup bervariasi dan dapat memesan jajanan yang dibakar, mereka juga dapat memilih tempat duduk yang disukai untuk bersantai, baik di kursi yang telah disediakan ataupun tempat duduk lesehan di trotoar dengan beralaskan tikar.

Maulani (2016), dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Kedai Kopi Phoenam Kopitiam Bekasi. Hasil penelitian menunjukkan Kondisi lingkungan internal yang menjadi kekuatan utama adalah cita rasa produk, lingkungan internal yang menjadi kelemahan utama adalah lokasi yang cukup jauh dari pintu masuk, lingkungan eksternal yang menjadi peluang utama adalah peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat., lingkungan eksternal yang menjadi ancaman utama Phoenam Kopitiam adalah banyaknya produk pengganti. Dari hasil analisis menggunakan matriks SWOT, diperoleh lima alternatif strategi yang dapat diterapkan. Strategi yang tepat dan sesuai untuk direkomendasikan bagi Phoenam Kopitiam berdasarkan analisis matriks QSP adalah dengan melakukan promosi yang gencar dan agresif untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak.

Ria Satyarini (2016), Strategi Diferensiasi Sebagai Alat Untuk Memenangkan Persaingan Pada Industri Kreatif Di Bandung. Hasil penelitiannya menunjukkan Inti dari industri kreatif adalah pengetahuan dan kreativitas, dimana strategi diferensiasi sangat menekankan hal yang sama. Penerapan strategi diferensiasi dapat dilakukan dengan menerapkan kreativitas terutama pada orang-orang yang menjalankan bisnis tersebut, kemudian pada produk atau tambahan jasa yang ada, bagaimana membuat dan mempertahankan brand yang ada, dapat juga dengan memperbaharui proses yang ada. Kendala yang dihadapi adalah bagaimana agar kreativitas ini tetap dapat dipertahankan, yang paling utama adalah bagaimana agar semua orang yang terlibat, baik itu dari pihak pebisnis maupun pemerintah dapat mempertahankan kolaborasi serta tetap menjaga lingkungan yang kreatif. Wadah untuk berbagi ide dan pengalaman sangat dibutuhkan.

Zamri, R. U. (2017) penelitiannya berjudul Strategi adaptasi pedagang pasar tradisional: Studi Pada Pedagang Pasar Cisalak Kota Depok Terdapat tiga strategi adaptasi yang dilakukan pedagang pasar Cisalak, yaitu: Penghematan Pengeluaran Keluarga, strategi adaptasi ini dilakukan dengan cara mengurangi pengeluaran selain kebutuhan primer dan juga lebih memilih untuk memasak sendiri untuk kebutuhan konsumsi keluarga. Melakukan Intensi-fikasi dan Ekstensifikasi Perdagangan, strategi adaptasi ini dilakukan dengan memaksimalkan kemampuan untuk meningkatkan usaha mereka karena berdagang merupakan mata pencaharian utama maka para pedagang melakukan berbagai upaya untuk menjaga eksistensi usahanya. Strategi Diversifikasi Usaha, strategi ini dilakukan dengan cara mengembangkan usaha di bidang lain.

Suryadi, S (2013), Strategi Bertahan Hidup Petani Kopi Pasca Konflik (studi Kasus di Kecamatan Kute Panang Kabupaten Aceh Tengah) Rumah tangga petani

kopi pasca konflik di daerah penelitian melakukan strategi produksi, strategi patronase, strategi solidaritas vertikal, strategi berhutang, strategi akumulasi, strategi serabutan, strategi manipulasi komoditas dan strategi migrasi temporer sebagai strategi bertahan hidup. Faktor-faktor dominan yang mendorong petani kopi pasca konflik di daerah penelitian melakukan strategi bertahan hidup yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yaitu, adanya kesadaran tanaman produksi bersifat musiman, terbatasnya lapangan pekerjaan dan rendahnya jumlah pendapatan dan pengeluaran untuk kebutuhan. Untuk faktor eksternal yaitu dukungan keluarga dan dukungan tetangga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai eksistensi dan strategi usaha warung kopi di Kota Kendari dengan objek kajian tiga warung kopi yakni Bangi kopi, Warung Kopi Haji Anto dan Kedai Ratu Alam.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Kendari Sulawesi Tenggara dengan objek kajian tiga usaha warung kopi di kota kendari yakni Bangi kopi, Warung Kopi Haji Anto dan Kedai Ratu Alam.. Pemilihan informan dalam penelitian menggunakan konsep Spradley (1997:79) yang prinsipnya menghendaki seseorang informan itu harus paham mengenai masalah penelitian. Informan dalam penelitian ini dipilih dengan metode *purposive sampling* (sengaja) dengan pertimbangan, peneliti telah mengetahui kondisi di lokasi penelitian dan bersedia dimintai keterangan. Informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang terdiri dari pemilik, PNS, Jurnalis, pengusaha, dan masyarakat sekitar. Pengumpulan data menggunakan teknik lapangan (*field research*) yakni peneliti melakukan pengumpulan data secara langsung dilokasi dengan cara pengamatan (*observation*) dan wawancara (*interview*).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Eksistensi Warung Kopi Di Kota Kendari

Keberadaan warung kopi di Kota Kendari sudah mulai ramai mengisi tiap sudut Kota ini dan menjadi pilihan lain untuk menghabiskan waktu. Warung kopi tidak hanya sebagai wadah untuk minum kopi atau makan saja, namun pada perkembangannya, fungsinya telah banyak berubah sebagai ruang publik yang memberikan peluang untuk siapa saja dan bebas untuk berekspresi.

a. Perkembangan Kota Kendari

Jenis dan tampilan warung kopi yang di Kota Kendari sangat bervariasi mulai dari yang sederhana sekilas warkop H. Anto sampai dengan konsep bangunan mewah seperti yang ditampilkan oleh Bangi Kopi dan Kopi Kita. Penafsiran akan tampilan warung kopi tergantung dari sipemilik bagaimana dia bisa tetap menjaga keeksistensian usahanya dengan melihat banyaknya warung kopi yang tersebar dengan gaya penampilan sebagai bagian dari penawaran kepada pengunjung.

Warung kopi di Kota Kendari telah menjadi sarana pertemuan untuk membicarakan berbagai hal seperti soal seni, politik, bisnis, program pemerintah hingga topik lainnya. Sehingga fungsi warung kopi kini telah berubah selain tempat minum kopi menjadi sejenis ruang sosial, tempat interaksi guna mendapatkan informasi yang berhubungan dengan kejadian sosial atau sekedar nongkrong biasa dengan obrolan-obrolan kecil, sehingga banyak peristiwa penting berawal dari sebuah meja di warung kopi

Menurut hasil wawancara bahwa memang warung kopi di Kota Kendari merajai tempat jajan makanan dan minuman. Meningkatnya usaha warung kopi mengharuskan para pemilik untuk menjaga agar usaha tetap bertahan dengan tampilan yang beraneka ragam, para pengusaha berusaha penuh untuk mendesain usahanya agar mendapat perhatian dari

masyarakat selaku pengunjung. Dalam perkembangan usaha warung kopi yang lagi marak di Kota Kendari, diharapkan para pengusaha tidak saling iri dan menjatuhkan. Olehnya itu persaingan dengan bisnis yang sama bagaimana sebisa mungkin membuat perbedaan sehingga tetap bisa bertahan dalam dunia persaingan bisnis ataupun usaha.

Banyaknya jumlah warung kopi yang terdapat di Kota Kendari tidak dijadikan sebagai persaingan yang serius. Masing-masing memiliki cara untuk menjaga usahanya agar tetap bertahan. Mereka cukup berbenah melihat kondisi apa yang harus dibenahi agar ada ketertarikan dari masyarakat. Semua dikembalikan kepada masyarakat ingin datang ke warung kopi mana yang dianggap cocok. Maraknya usaha warung kopi yang tersebar di Kota Kendari ternyata bagi beberapa pengusaha dianggap sebagai persaingan yang berat bahkan sebagian dari mereka menutup usahanya atau banting setir mendirikan usaha lain. banyaknya jumlah warung kopi yang terdapat di Kota Kendari tidak dijadikan sebagai persaingan yang serius. Masing-masing memiliki cara untuk menjaga usahanya agar tetap bertahan. Mereka cukup berbenah melihat kondisi apa yang harus dibenahi agar ada ketertarikan dari masyarakat. Semua dikembalikan kepada masyarakat ingin datang ke warung kopi mana yang dianggap cocok. Maraknya usaha warung kopi yang tersebar di Kota Kendari ternyata bagi beberapa pengusaha dianggap sebagai persaingan yang berat bahkan sebagian dari mereka menutup usahanya atau banting setir mendirikan usaha lain.

Jumlah usaha warung kopi di Kota kendari tidaklah sedikit. Aneka konsep yang ditampilkan berbeda-beda tiap warung kopi dengan tujuan mendapat simpatik dari pengunjung. Olehnya itu, setiap pengusaha harus siap menanggung resiko ketika ingin mendirikan usaha atau pun menjalankan usaha yang sama. Modal tidak begitu dapat

menunjang perkembangan usaha, tetapi pengalaman dan juga ilmu harus di utamakan agar bisa menguasai usaha mengantisipasi persaingan. Perkembangan usaha warung yang meningkat diharapkan kepada setiap pengusaha harus siap menanggung resiko yang di hadapi sebagai bentuk professional dalam berwirausaha.

Warung kopi sebagai ruang sosial yang bebas, menghadirkan berbagai kelompok, komunitas dari kalangan yang berbeda menempati satu ruang dengan satu waktu yang sama dapat berinteraksi, yang tanpa disadari transfer budaya pun saling berpindah tanpa adanya lagi batasan-batasan. Bahkan dengan kecanggihan teknologi, batas-batas teritorial sebuah komunitas, kelompok, terasa tak berarti. Karakter atau pola pikir yang integrasi tatanan global menjadikan masyarakat tak lagi terikat oleh ruangnya masing-masing.

b. Mengalami Perkembangan Yang Sangat Pesat

Masyarakat merupakan sasaran utama dari sebuah pendirian usaha. Semua itu dapat terwujud dari kebutuhan akan konsumsi yang besar. Usaha yang lagi banyak digeluti oleh para masyarakat di Kota Kendari ialah warung kopi. Kondisi Kota Kendari yang terbatas untuk lokasi berkumpul bersama menjadikan warung kopi sebagai alternative lain untuk berkumpul bersama. Menurut salah seorang pengunjung warung kopi bahwa kehadiran Warung Kopi di Kota Kendari menjadi tempat lain untuk berkumpul dengan teman-teman. Dan dari pengalamannya, dia melihat bahwa banyak juga masyarakat yang memanfaatkan perkembangan warung kopi di Kendari.

Fenomena menjamurnya warung kopi ini, khususnya di Kota Kendari tentu menjadi salah satu peluang bisnis yang cukup potensial dan sekarang sedang digemari oleh masyarakat perkotaan, apalagi kopi merupakan salah satu komoditas andalan di Indonesia, akan tetapi dengan menjamurnya warung kopi yang kemudian me-

ngalami perkembangan dari segi suasana dan kemasannya menarik dengan fasilitas hot spot, tv cable, bahkan home band, akan menjadi suatu problem yang berpotensi menggerus keberadaan warung-warung kopi tradisional dengan kemasannya dan sajian menu ala kadarnya.

Data hasil penelitian yang dilakukan bersama informan, warung kopi merupakan pilihan lain dalam melakukan sebagian aktivitas, walaupun sebenarnya ada beberapa tempat yang dapat dikunjungi, tapi pada kenyataannya kebanyakan dari masyarakat lebih memilih untuk berkunjung ke warung kopi yang dirasa lebih santai dan bebas. Selain dari itu, beberapa lokasi keramaian di kota kendari yang sifatnya terbuka tidak terlalu aman untuk mereka. Olehnya itu, lebih banyak menghabiskan waktu di warung Kopi.

Kondisi yang akan kita temui pada saat mengunjungi warung kopi ialah perilaku pengunjung yang disibukkan dengan bermain sosial media. Seperti yang sudah saya jelaskan sebelumnya bahwa warung kopi yang di kota kendari hampir seluruhnya menyediakan wifi. *Mindset* dimasyarakat ketika saling menyebutkan warung kopi pastilah yang utama bukan tentang cita rasa kopinya tetapi lebih terbesit dipikiran bahwa memiliki wifi. Walaupun sebenarnya jaringan wifi banyak tersedia selain di warung kopi dan juga sudah semakin murah paket data internet yang dijual, mereka tetap mengunjungi warung kopi untuk mengakses jaringan internet. Dan itulah salah satu penyebab utamanya warung kopi di Kota Kendari mengalami perkembangan yang boleh dikatakan sangat pesat.

Perkembangan teknologi menjadi salah satu pengaruh utama yang merubah tingkah laku masyarakat dalam hal mengkonsumsi apapun yang berbaur teknologi. Perkembangan warung kopi yang dulu dikenal sebagai tempat istirahat sembari mengkonsumsi secangkir kopi dan ditemani aneka gorengan, sekarang sudah mulai bertransformasi mengikuti perkembangan

zaman. Warung kopi di Kendari masyarakat yang datang berkunjung terdiri dari latar belakang yang berbeda dengan tujuan yang berbeda pula. Namun ketika kita lihat pada kenyataannya, pengunjung yang ada pastilah sibuk dengan bermain internet walau pun itu dalam keadaan diskusi bersama, pastilah ditemukan ada saja pengunjung yang berselancar memanfaatkan jaringan internet warung kopi untuk mengakses kebutuhannya.

c. Menambah Pendapatan Daerah Kota Kendari

Kehadiran warung kopi di Kota Kendari bukan semata-mata sebagai penghias dan juga mengikuti perkembangan. Namun juga dampak yang disebabkan oleh warung kopi yaitu memberi kontribusi terhadap pendapatan Daerah.

Pengeritan pendapatan asli daerah menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 yaitu sumber keuangan daerah yang digali dari wilayah daerah yang bersangkutan yang terdiri dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.

Menurut wawancara bersama pihak dinas pendapatan Kota Kendari Warung kopi berpengaruh terhadap penerimaan pendapatan daerah, itu disebabkan karena warung kopi merupakan penerimaan asli yang terdapat di daerah. Untuk semua jenis warung kopi ada target yang harus dicapai dalam tiap tahunnya dan itu sudah menjadi keputusan daerah, olehnya itu setiap pengusaha warung kopi harus menyanggupi itu

Sementara itu, pihak pengusaha di Kota Kendari harus melaporkan berapa jumlah omset dalam perbulannya didapat. Dari jumlah omset yang didapatkan akan bisa ditentukan berapa jumlah pajak yang harus mereka bayarkan. Mekanisme pembayaran pajak yang baru dikembalikan kepada tiap pengusaha tidak lagi ditentukan oleh pihak Dispenda. Dari total omset yang didapat perbulan akan dipotong 10% dari dan itulah pajak yang mereka harus bayar.

Pembayarannya pun tidak lagi dihitung pertahun, namun omset yang didapat tiap satu bulan akan dilaporkan dibulan berikutnya dan sekaligus pembayarannya.

Namun ada kejanggalan dari sistem ini, mekanisme pembayaran yang diserahkan langsung oleh wajib pajak atau para pengusaha dengan omset yang didapatkan perbulannya menimbulkan pertanyaan, bagaimana dengan para pengusaha yang tidak melaporkan dengan jujur berapa omset perbulannya. Karena bisa saja para pengusaha ini memanipulasi penghasilan yang akan ia laporkan.

2. Strategi Pemilik Warung Kopi di Kota Kendari dalam Mempertahankan Eksistensi Usahanya

Dalam pembahasan ini akan dipaparkan tentang bagaimana para pemilik warung kopi dalam mempertahankan eksistensinya di tiga lokasi penelitian, agar tetap mendapatkan perhatian konsumen dari banyaknya jumlah warung kopi yang berada di Kota Kendari.

- a. Strategi yang dilakukan Warung Kopi H. Anto
 - Pelayanan Yang Baik
 - Membuka Cabang Warung Kopi H. Anto 2
 - Cita Rasa Kopi Susu Yang Beda
- b. Strategi yang dilakukan Kedai Ratu Alam
 - Tampilan Klasik Ala Etnik
 - Makanan Tradisional
 - Menu Terjangkau
- c. Strategi Yang Dilakukan Bangi Kopi
 - Pelayanan
 - Mengadakan Ivent Music
 - Promosi
 - Menu Baru Dengan Harga Terjangkau

D. PENUTUP

Seperti yang diketahui bahwasanya berbisnis kuliner di Kota Kendari merupakan salah satu opsi bisnis yang sangat menjanjikan. Sebut saja bisnis warung kopi yang mana ternyata bisnis ini mampu menghasilkan profit yang cukup besar wa-

laupun hanya mengeluarkan modal yang tidak terlalu besar. Kepopuleran warung kopi saat ini ternyata juga didukung oleh gaya hidup masyarakat urban yang sangat gemar menghabiskan waktu senggangnya di sebuah warung kopi dengan berbagai alasan kunjungan.

Karena bisnis ini begitu menjanjikan, sehingga menuntut para pengusaha warung kopi untuk saling bersaing. Adapun beberapa strategi yang digunakan para pengusaha warung kopi dalam menjaga eksistensi usahanya seperti: memberikan fasilitas tempat serta pelayanan yang baik yang meliputi desain interior ruangan, kursi-kursi yang nyaman serta fasilitas tv layar datar/ LCD yang besar. Selain itu penentuan lokasi untuk melakukan usaha warung kopi sangat penting.

Selain itu, harga menu yang terjangkau juga menjadi salah satu faktor ramainya pengunjung untuk berkunjung ke sebuah warung kopi, banyaknya warung kopi dengan fasilitas yang cenderung sama membuat pengusaha harus lebih jeli dalam menentukan harga menu yang disajikan agar usahanya tetap mampu bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Damis, M. (2018). *Strategi Kebertahanan Usaha Warung Kopi Tikala Manado Suatu Tinjauan Antropologi. Jurnal holistik*.
- David Hunger dan Thomas L. Wheelen. (2003). *Manajemen Strategi*. Andi: Yogyakarta.
- Graham, Helen. (2005). *Psikologi Humanistik dalam Konteks Sosial, Budaya dan Sejarah*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Khoironi, F. (2010). *Ekspresi Keberagaman Komunitas Warung Kopi (Analisis Profil Komunitas Warung Kopi Blandongan di Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).

- Maulani, T. A. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Kedai Kopi Phoenam Kopitiam Bekasi*.
- Munzier Suparta & Harjani Hefni. (2006). *Metode Dakwah*. Rahmat Semesta: Jakarta.
- NIM, I. F. H. (2015). *Dampak Keberadaan Warung Kopi Pangku terhadap Masyarakat yang Tinggal di Sekitar Kilometer II Desa Hilir Kantor Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak*.
- Padirman, Alfian. (2008). *Budaya Nongkrong di Kafe Mal Panakkukang Makassar*. Jurusan Antropologi FISIP UNHAS, Makassar. (Skripsi, tidak diterbitkan).
- Qastari, A. R. (2016). *Persaingan Usaha Kafe Dan Warung Kopi Di Kota Watampone (Suatu Tinjauan Antropologi Hukum)* (Doctoral dissertation).
- Santoso, S. (2006). *Kemampuan Bertahan Pedagang Warung Hik Di Kota Ponorogo*.
- Saparuddin M & Basri Bado. (2011). *Pengaruh Kemitraan Usaha Terhadap Kinerja Usaha Pad UKM dan Koperasi di Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan*. Econo Sains Volume IX: Nomor 2.
- Satyarini, R. (2016). Strategi Diferensiasi sebagai Alat untuk Memenangkan Persaingan pada Industri Kreatif di Bandung. *Bina Ekonomi*, 20(1), 47-56.
- Setiawan Hari Purnomo. (1996). *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia: Jakarta.
- Suryadi, S., Hamid, A. H., & Agussabti, A. (2013). *Strategi Bertahan Hidup Petani Kopi Pasca Konflik (Studi Kasus di Kecamatan Kute Panang Kabupaten Aceh Tengah)*. *Jurnal Agrisepe*, 14(1), 44-53.
- Syahri, M. (2011). *Strategi Manajemen Usaha Warung Makan Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Warung Makan Etnis Jawa di Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Wina Sanjaya. (2007). *Strategi Pembelajaran*. Kencana Predia Media Group: Jakarta.