

Analisa Perkembangan UMKM pada Usaha Cafe Dan Prilaku Orang Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Kota Medan

Sekar Sari¹ Zuhrial M. Nawawi²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Prodi Asuransi Syariah.
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
sekarsari7736@gmail.com¹ zuhrial.nawawi@uinsu.ac.id²

ABSTRAK

Di zaman pesatnya perkembangan teknologi dan cepatnya penyebaran informasi seperti sekarang ini sangat mempengaruhi pola dan gaya hidup hampir seluruh masyarakat khususnya bagi generasi milenial. Perkembangan usaha kafe di kota Medan di dominasi oleh anak muda yang terbelang generasi gen milenial. Fasilitas yang disediakan oleh kafe berupa wifi gratis dan interior yang unik disukai oleh pengunjung di kalangan milenial. Perilaku gaya konsumtif anak generasi kekinian (milenial dan z) di era digital ini menimbulkan dampak positif dan dampak negatif. Dari menjamurnya usaha kafe tersebut dapat meningkatkan lapangan pekerjaan di kota Medan. Dengan perilaku gaya konsumtif generasi milenial dan z dapat meningkatkan inovasi wirausaha mandiri anak muda di Indonesia khususnya di kota Medan. Berdasarkan hasil penelitian, Gaya Hidup generasi milenial dan z merupakan faktor yang sangat berpengaruh pada perkembangan usaha cafe di kota Medan. Para generasi milenial dan z juga lebih memilih kafe yang memiliki desain interior yang instagramable. Melalui beberapa proses yang tidak mudah pemilik cafe dapat mengembangkan usahanya di pasar yang kompetitif di kota Medan

Kata Kunci : Generasi gen milenial, café, gaya, hidup, konsumtif

PENDAHULUAN

Budaya Hangout menjadi media untuk bersosialisasi, biasanya hangout dilakukan ditempat-tempat yang nyaman untuk berkumpul bersama rekan, sahabat ataupun keluarga seperti kafe, warkop, dan tempat lainnya. Hal ini mendorong perubahan gaya hidup menjadi sebuah kebutuhan. Budaya ini telah memasuki di kalangan generasi milenial khususnya di Kota Medan karena pengaruh kehidupan sosial. Hal ini tentunya diikuti oleh banyak sekali budaya-budaya yang mengikutinya, baik yang positif maupun negatif (Prabowo, 2010). Termasuk bagi kaum generasi milenial di Kota Medan, tempat hangout atau kafe telah menjadi tempat pilihan mengisi waktu luang. Tak heran jika saat ini banyak kafe yang bermunculan di sekitaran kampus bahkan tidak jarang didalam lingkungan kampus itu sendiri. Kafe merupakan bagian dari UMKM yang berperan penting dalam meningkatkan lapangan pekerjaan khususnya di kota Medan.

Berdasarkan informasi jumlah UMKM yang sangat banyak, hal itu juga tidak menjadi penentu dalam menyelesaikan pengangguran di kota Medan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik kota Medan tingkat pengangguran terbuka berdasarkan daerah tempat tinggal pada tahun 2015-2017, menunjukkan bahwa tingkat pengangguran di perkotaan selalu memiliki angka yang lebih tinggi. Seperti pada tahun 2017 di kota tingkat pengangguran sebesar 62.8% sedangkan di pedesaan tingkat pengangguran sebesar 37.2% (BPS, 2018). Diluar dari pengangguran para pelaku UMKM memilih dalam berwirausaha adalah sudah memiliki keputusan dari awal sejak tamat sekolah.

Adanya semangat kewirausahaan ini berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Terutama pada kondisi saat ini dimana globalisasi sudah menjadi hal yang jamak. Untuk menghadapi tantangan globalisasi tersebut, diperlukan kemampuan untuk terbuka terhadap ide-ide baru, berani menghadapi risiko dan tidak mudah menyerah. Ketiga sifat tersebut, umumnya ditemukan pada individu yang memiliki semangat kewirausahaan (Wennekers & Thurik, 1999). Dari penjelasan diatas bisa dilihat, revolusi industri 4.0 mempengaruhi perkembangan UMKM pada

pelaku usaha Cafe yang memanfaatkan perubahan perilaku orang khususnya generasi milenial dan z. Promosi melalui internet, design, serta wifi dan fasilitas lainnya mampu menarik minat pengunjung khususnya generasi milenial dan z.

TINJAUAN PUTAKA

A. Teori Perilaku Konsumen (Manajemen)

Pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan, karena terdapat banyak faktor yang berpengaruh dan saling interaksi satu sama lainnya, sehingga pendekatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan harus benar-benar dirancang sebaik mungkin dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut. Selain itu, para pemasar harus mampu memahami konsumen, dan berusaha mempelajari bagaimana mereka berperilaku, bertindak dan berpikir. Walaupun konsumen memiliki berbagai macam perbedaan namun mereka juga memiliki banyak kesamaan.

B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Kotler dan Keller berpendapat bahwa perilaku pembelian dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi. Pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dan pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhatikan.

1. Faktor Budaya

Menurut Kotler dan Keller (2009), Budaya (culture) adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Kelas budaya, subbudaya, dan sosial sangat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

2. Faktor sosial

Menurut Kotler dan Keller (2009) selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi serta peran sosial dan status

3. Faktor Pribadi

Keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Meliputi Menurut Kotler dan Keller (2009). Faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup.

4. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

C. Gaya Hidup dalam perilaku konsumen

Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). Sedangkan menurut Minor dan Mowen (2000), gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan suatu pola hidup seseorang tentang bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap paling penting bagi diri mereka dalam kehidupan sehari-hari dan bagaimana pandangan mereka tentang diri mereka ataupun tentang dunia luar sekitar mereka.

D. Struktur Pasar

adalah penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri, mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam industri dan peranan iklan dalam kegiatan industri.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah langkah dan prosedur yang dilakukan dalam mengumpulkan informasi empiris guna memecahkan masalah dari sebuah penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa produksi secara deskriptif bagi pemilik cafe dalam mengembangkan usahanya di pasar yang kompetitif di kota Medan dan Melakukan analisa faktor penentu untuk melihat perubahan perilaku konsumen yang beraktivitas di cafe pada era teknologi digital di kota Medan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu data yang berbentuk kalimat verbal dan data kualitatif yang tidak dapat diukur dalam skala numerik (Kuncoro, 2013). Data yang dihimpun meliputi wilayah kota Medan dan sekitarnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perubahan Prilaku Orang

Perkembangan teknologi semakin canggih dan memudahkan sebagian besar pekerjaan manusia. Perkembangan teknologi informasi kian pesat karena peran internet. Melalui media internet masyarakat dapat menemukan informasi dari segala bidang ilmu. Internet memberikan banyak dampak positif dengan informasi-informasi di dalamnya, tetapi di pihak lain internet juga menimbulkan dampak negatif karena informasi yang terdapat dalam internet sulit untuk dibatasi, berbagai macam informasi dalam berbagai bentuk dan tujuan bercampur menjadi satu, dimana untuk mengaksesnya hanya perlu memasukkan beberapa kata kunci saja. Survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dengan tema “Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017” menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa atau 54,7% dari total populasi Indonesia. Dari data survey yang dilakukan diketahui pengguna internet tertinggi berasal dari Generasi Millennial atau usia 19- 34 tahun yaitu sebesar 49,52%, yang biasanya kebanyakan dari generasi ini merupakan Mahasiswa. Internet sudah menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Hampir setiap aktivitas anak generasi milenial ini dipengaruhi oleh internet, mulai dari penggunaan jejaring sosial media, hingga kebutuhan pendidikan mereka, sehingga internet merupakan kebutuhan bagi mereka. Salah satu gaya hidup yang menonjol dikalangan generasi milenial adalah pola konsumsi internet. Konsumsi internet mereka jauh lebih tinggi dibandingkan kelompok penduduk yang usianya lebih tua. Ini menunjukkan ketergantungan mereka terhadap koneksi internet sangat tinggi.

Perubahan perilaku dan gaya hidup masyarakat yang kian berkembang dan tidak mengenal tempat serta waktu menyebabkan digitalisasi mudah diterima masyarakat dunia. Kemudahan akses internet terbukti memudahkan masyarakat melakukan apapun, dimanapun dan kapanpun. Adanya instrumen baru di generasi milenial dan situasi ini membuat kebutuhan tidak hanya sandang, papan, dan pangan. Wifi atau sinyal internet juga sekarang memiliki peran seperti kebutuhan layaknya makan setiap hari. Gaya hidup masyarakat di zaman sekarang khususnya generasi milenial telah mengalami perubahan dan perkembangan. Jika dulu, masyarakat tidak terlalu mementingkan urusan penampilan dan gaya hidup, tapi kini, berbeda kondisinya. Gaya hidup, bukan lagi terbatas soal penampilan, aktivitas “Hangout” kini juga ikut jadi kegiatan yang dilakukan anak muda maupun

Aktivitas hangout ini dilakukan cukup sering dalam seminggu, dikarenakan dalam melakukan hangout mereka tidak hanya sekedar menghabiskan waktu luang saja, tetapi biasanya generasi milenial ini khususnya Mahasiswa akan sering melakukan aktivitas hangout dan memilih kafe yang menyediakan Wifi gratis dikarenakan mereka memerlukan koneksi Wifi yang cepat untuk menyelesaikan tugas, selain untuk menyelesaikan tugas, kegiatan lain yang dilakukan yaitu bermain game online bersama teman. Karena fenomena inilah, tempat Hangout seperti kafe dan juga restoran, semakin kreatif untuk berbenah, menciptakan dewasa di suatu tempat untuk berkumpul dan melakukan kegiatan mengisi waktu luang. Tempat nongkrong yang asyik dan bikin betah pengunjungnya sesuai dengan kebutuhan para pengunjungnya. Tak heran, jika kini, semakin menjamur tempat-tempat nongkrong kekinian. Sesuai dengan zaman yang serba mengandalkan teknologi smartphone, media sosial juga berperan membuat tempat nongkrong makin tenar. Secara tidak langsung, lewat media sosial, banyak orang yang ikut mempromosikan tempat nongkrong, apalagi tempat tersebut memiliki suasana instagramable.

B. Faktor yang Mempengaruhi

Faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku Generasi Milenial dalam melakukan aktivitas Hangout di sebuah Cafe yaitu Gaya Hidup, Teknologi dan Fasilitas Cafe. Menurut hasil analisis dapat diketahui bahwa Gaya Hidup seseorang berpengaruh besar dalam menentukan perilaku Hangout di cafe, adapun yang termasuk dalam gaya hidup antara lain penggunaan internet dan media sosial. Dapat dilihat perkembangan zaman sekarang dengan adanya internet merupakan kebutuhan sangat penting dalam hidup manusia khususnya Generasi Milenial yang hampir semua memiliki akun Media Sosial untuk mencari informasi dan berinteraksi sesama individu bahkan bermain Game Online bersama temannya.

Untuk mengakses internet itu sendiri, generasi milenial sangat perlu dengan adanya fasilitas –fasilitas pendukung yang dapat memudahkan berselancar didunia internet seperti adanya koneksi Wifi yang cepat. Dengan kebutuhan internet yang semakin lama semakin pesat generasi milenial mencari tempat agar dimana mereka mendapatkan koneksi yang cepat dalam menggunakan media sosial dan lainnya. Menurut hasil responden yang didapat, Generasi Milenial cenderung suka melakukan aktivitas Hangout, dan hasil yang didapat tempat Hangout yang mereka pilih diantaranya sebuah kafe yang dimana dapat menyediakan akses koneksi Wifi yang cepat, sehingga generasi milenial dapat dengan mudah mengakses internet sebagai kebutuhan mereka.

C. Pembahasan

Perkembangan bisnis usaha cafe memiliki proses yang beragam. Mulai dari sistem produksi, sistem pemasaran, maupun sistem pendistribusian. Banyaknya usaha cafe yang bermunculan mengakibatkan daya saing semakin ketat dan mengakibatkan pemilik usaha cafe harus memiliki inovasi yang lebih maju lagi apalagi di era revolusi industri 4.0 ini.

Menurut hasil kuesioner dan wawancara terhadap pemilik usaha cafe bahwa pengalaman usaha memiliki pengaruh yang besar terhadap proses bisnis usaha cafe tersebut. Kapasitas produksi yang naik turun dan adanya kendala-kendala yang dihadapi dalam proses produksi seperti ketersediaan bahan baku, tenaga kerja, dan waktu produksi dapat dirasakan pemilik usaha cafe dalam proses pengembangan usaha cafe tersebut. Adanya jasa e-commerce sangat membantu dalam sistem pemasaran dan sistem pendistribusian.

Dalam penelitian ini, jasa e-commerce yang diperoleh adalah Grabfood dan Gofood. Adapun sistem pembayaran yang terdapat pada usaha cafe tersebut beraneka ragam yaitu cash, debit, ovo dan sistem transfer. Dalam sistem pemasaran terdapat beberapa kendala yaitu harga pasar yang tidak stabil, konektivitas yang kurang, dan kurangnya pengetahuan akan teknologi digital. Promosi/ iklan sangat mudah dilakukan di era revolusi industri 4.0 ini. Pasalnya, melalui media sosial kita bisa mempromosikan apa saja hasil produksi khususnya menu yang ada di dalam bisnis usaha cafe. Media sosial tersebut antara lain Facebook, Instagram, Whatsapp, Telegram, Youtube, dan lain sebagainya.

Menurut hasil responden yang didapat, Generasi Milenial cenderung suka melakukan aktivitas Hangout, dan hasil yang didapat tempat Hangout yang mereka pilih diantaranya sebuah cafe yang dimana dapat menyediakan akses koneksi Wifi yang cepat, sehingga generasi milenial dapat dengan mudah mengakses internet sebagai kebutuhan mereka. Hal ini menambah kreativitas pemilik usaha cafe dalam mengembangkan bisnis usaha cafe tersebut. Pemilik usaha cafe dapat mengubah desain interior cafe agar terlihat menarik, memasang wifi, adanya live music juga menjadi daya tarik terhadap konsumen khususnya generasi milenial dan gen z.

Dari hasil analisis diatas dapat dilihat dengan adanya perubahan perilaku orang khususnya generasi milenial dan gen z, dapat menjadikan bisnis usaha cafe semakin berkembang dan secara tidak langsung dapat membuka peluang kerja bagi orang-orang di sekitar. Menurut hasil data yang didapat dengan cara observasi lapangan langsung, perkembangan usaha kafe ini terbilang sangat pesat dikarenakan adanya perubahan perilaku melalui gaya hidup masyarakat di era revolusi industri 4.0 ini. Menurut hasil responden terhadap pemilik usaha berpendapat strategi pasar mereka yaitu menyediakan kebutuhan apa yang anak muda sekarang butuhkan seperti layanan akses Wifi gratis serta desain cafe yang kekinian. Dengan makin pesatnya perkembangan usaha kafe khususnya di kota medan sangat berdampak bagi orang terutama dalam menyerap tenaga kerja khususnya di sektor informal, sehingga dapat membantu pemerintah untuk mengurangi tingkat pengangguran di Kota medan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan usaha cafe di kota Medan terbilang sangat pesat, berdasarkan evaluasi ke lapangan terdapat banyak cafe yang berdiri dimana konsumen didominasi oleh anak muda yang terbilang Generasi Millennial. Jenis usaha cafe yang berdiri sangat bermacam – macam, dimulai dari skala kecil, menengah dan besar dengan ciri khas masing – masing . adapun strategi pemasaran yang digunakan beberapa usaha kafe untuk menarik pengunjung yaitu dengan penyediaan fasilitas Wifi gratis serta desain Interior yang unik yang disukai oleh pengunjung khususnya di kalangan Generasi Milenial dan Gen Z.
2. Dengan menjamurnya bisnis usaha kafe di wilayah tersebut ternyata secara otomatis dapat menyerap tenaga kerja dan membantu membrantas pengangguran khususnya di Kota Medan. Berdasarkan hasil responden yang didapatkan saat evaluasi ke lapangan, ternyata banyak terdapat karyawan atau tenaga kerja tiap kafe nya. Mulai dari kafe dalam skala kecil, menengah dan skala besar; Dengan kebiasaan dan Gaya hidup baru manusia sekarang dapat menjadi peluang bisnis bagi pengusaha dan orang lain untuk bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Angdika, Angelina Natasya & Bonnie Soeherman. (2019). *Pemodelan Bisnis Untuk Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) di Bidang Kuliner Pada Era Revolusi Industri 4.0*. Universitas Surabaya (Jurnal), Surabaya
- Jannah, Yumsakhatul. (2020). *Analisis Revolusi Industri 4.0 Terhadap Kewirausahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (Skripsi), Lampung
- Faisal, Muhammad. (2019). *Perilaku Hangout Generasi Milenial Dalam Membuka Peluang Kerja di Kota Medan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Skripsi), Medan
- Syifa, Fadhilah Laeli. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap keunggulan Bersaing UMKM di Era Revolusi Industri 4.0*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (Skripsi), Purwokerto