

---

---

## Transformasi Usaha Minuman *Mr Brew Indonesia* dalam *New Retail Concept*

Rizki Entis Sutisna

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer LIKMI  
Email: rizkientiss@gmail.com

### Abstrak

Dampak pandemi covid-19 telah mengubah tataran atau kebiasaan, baik itu dalam bidang Pendidikan, sosial, bahkan ekonomi. Sehingga pandemi tidak memungkinkan seseorang untuk bertemu secara langsung dengan orang lain atau tatap muka. Tujuan dari kajian ini untuk mengetahui para pelaku usaha dalam mengembangkan ekonomi kreatif pada sektor minuman kopi di masa pandemi covid-19. Data penelitian diperoleh melalui proses wawancara dengan pemilik kedai kopi “*MR. Brew Indonesia*” yang berlokasi di Kota Bandung. Hasil riset ini bertujuan untuk mengetahui para pelaku usaha dalam pengembangan ekonomi kreatif pada sektor minuman kopi di masa pandemi covid-19 seperti channel penjualan dan pemasaran digital.

**Kata Kunci:** pandemi covid-19, kinerja bisnis, dan industri kopi.

### Abstract

*The impact of the covid-19 pandemic has changed the state or habits, be it in the field of education, social, even economic. So pandemics do not allow a person to meet in person with others or face-to-face. The purpose of this study is to find out business actors in developing the creative economy in the the coffe beverage sector during the covid-19 pandemic. The research data was obtained through the interview process with the owner of the coffe shop “MR Brew Indonesia” located in Bandung. The result of this research aim ti find out business actors in the development of the creative economy in the coffe beverage sector during the covid-19 pandemic such as sales channel and digital marketing.*

**Keywords:** *Pandemic Covid-19, Business Perfomance, and Coffe Industry.*

©2022 Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan

## PENDAHULUAN

Teknologi dan industri kreatif telah mengalami perubahan serta banyak perkembangan yang cukup pesat. Kemajuan teknologi sudah memberikan ruang kreativitas dan inovasi memberikan dampak yang begitu besar serta bermanfaat dalam berbagai aspek kehidupan. Berkat adanya teknologi, dunia bisnis saat ini sudah mengalami banyak perubahan dan perkembangan yang cukup pesat. Perubahan yang cukup besar ini dituntut karena untuk terus mengembangkan kreativitas dan terus berinovasi dalam menghadapi perubahan yang ada supaya dapat terus bersaing di dunia bisnis hingga dapat memenangkan persaingan di pasar.

Saat ini, perubahan serta pergeseran gaya hidup menjadi salah satu pertimbangan dalam melakukan usaha. Dimana, perubahan tersebut dapat dimanfaatkan sebagai peluang baru oleh pelaku usaha, termasuk usaha di bidang makanan kuliner (makanan dan minuman). Serta pelaku usaha juga dapat melakukan prediksi dan menganalisis pasar

yang akan di targetkan sehingga nantinya calon konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang kita jual kepada mereka. Dengan adanya perubahan gaya konsumsi yang lebih dinamis, para pelaku usaha dituntut untuk dapat terus beradaptasi dan mengikuti perubahan zaman yang ada agar bisnis yang sudah dibangun dapat terus eksis dan bertahan.

Indonesia merupakan salah satu penghasil kopi terbesar di dunia dengan jenis kopi yang sangat beragam, mulai dari daerah Aceh hingga Papua. Apalagi setiap daerah memiliki daerah penghasil kopi dengan ciri khas nya masing-masing. Sehingga, indonesia menjadi negara pengekspor kopi nomor 4 di dunia, setelah Brazil, kolombia, dan Vietnam. Dengan menjadi negara pengekspor, kopi Indonesia terbukti memiliki kualitas bertaraf internasional yang dapat dilirik oleh berbagai konsumen dari macam negara. Faktor pendorong yang membuat industri kopi di dalam negeri meningkat , karena adanya perubahan pola dan gaya hidup masyarakat dalam mengonsumsi kopi. Kopi yang dulunya

dianggap sebagai minuman “berat” dan “pahit” serta hanya dikonsumsi oleh orang-orang dewasa, khususnya laki-laki, sekarang sudah mulai bergeser. Kopi bukan hanya sebagai minuman untuk menambah energi maupun penahan ngantuk, melainkan sudah menjadi bagian dari *lifestyle* atau gaya hidup mereka. Dengan adanya perubahan gaya hidup tersebut, membuat bisnis di industri kopi menjadi sangat berpotensi. Ditambah dengan adanya bantuan digitalisasi, yang membuat usaha dapat lebih mudah untuk berkembang dan kemudahan dalam mendekati dengan calon konsumen. Sehingga industri kopi merupakan industri yang menjanjikan dalam beberapa waktu kedepan.

## METODE PENELITIAN

Untuk penelitian kali ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, karena dengan metode deskriptif kita secara langsung melakukan interaksi dengan pelaku usaha serta memberikan gambaran secara faktual dan akurat mengenai penelitian yang diteliti. Penelitian ini mengambil informasi dari pengusaha minuman kopi *MR Brew Indonesia* yang berlokasi di Kota Bandung. Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data dalam penelitian, serta wawancara ini diharapkan dapat membantu permasalahan pada masa pandemi covid-19 yang dialami para pelaku usaha minuman kopi. Adapun beberapa pertanyaan dalam wawancara dalam penelitian ini sebagai berikut :

**Tabel 1 Hasil Wawancara Dengan Pemilik Mr Brew**

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Dampak pandemi COVID-19 terhadap usaha Mr Brew ?	Tentu saja pandemi awalnya membuar toko fisik Mr Brew sangat sepi pengunjung, namun dengan beradaptasi dan menggunakan sosial media konsumen Mr Brew kembali lagi serta memesan secara online melalui sebuah aplikasi.
2.	Strategi yang dilakukan Mr Brew agar usaha tetap bertahan di masa pandemi COVID-19 ?	Mr Brew melakukan konsep <i>New Retail Concept</i> , dimana menggabungkan toko fisik dengan toko online yang berbasis aplikasi yang

NO.	PERTANYAAN	JAWABAN
		saling berhubungan secara bersamaan.
3.	Kondisi pergeseran konsumen Mr Brew saat pademi COVID-19 dan sebelum pandemi?	pandemi COVID-19 membuat pergeseran pada konsumen dimana lebih sering melakukan <i>take away</i> dari pada <i>dine-in</i> dikarenakan untuk menjaga <i>physical distancing</i> untuk meminimalisir penyebaran COVID-19.
4.	peran teknologi dalam usaha Mr Brew di masa pandemi COVID-19 ?	Kehadiran aplikasi <i>online</i> sangat membantu Mr Brew, karena dapat menjangkau konsumen yang jauh atau konsumen yang tidak bisa datang ke toko fisik untuk memesan minuman.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Latar Belakang Usaha

Usaha yang diteliti merupakan jenis usaha di bidang minuman yang berbasis kopi milik bapak Nathanael Sony yang bernama *Mr Brew Indonesia*, lokasi usaha berada di Kota Bandung. Awal mula bapak nathanael sony membangun bisnis ini karena sangat menyukai minuman kopi sehingga beliau menyalurkannya melalui bisnis kopi *Mr Brew* yang sudah dijalankan sejak tahun 2018. Saat ini usaha *Mr Brew* masih dijalankan sendiri oleh beliau karena belum memiliki *team* atau karyawan tetap.

### New retail concept

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang pesat baik di Indonesia maupun di dunia, mendorong perkembangan di berbagai faktor, salah satunya sektor industri perdagangan. Pada zaman dahulu penjualan barang masih dilakukan secara offline, dan masih banyak sekali batasan antara konsumen dan penjual barang. Sehingga, masih ditemukan banyak hambatan untuk proses jual beli. Namun, saat ini tidak perlu lagi khawatir dengan semua hal itu, karena dengan

adanya kemajuan infrastruktur digital, mendorong banyak pelaku usaha dalam negeri menciptakan produk lokal guna memenuhi kebutuhan lokal pula.

Di Indonesia ritel merupakan salah satu saingan dari e-commerce. Orang yang memiliki usaha ritel tradisional memberikan sentuhan teknologi untuk lebih menarik minat para konsumen. Dengan teknologi yang ada akan membantu meningkatkan proses transaksi jual beli, dan memberikan pengalaman belanja secara digital ditoko fisik. Apalagi jika konsumen menuntut pelayanan dilakukan secarapersonal. Konsep new retail ini dapat memberdayakan usaha dan warung kecil yang ada di Indonesia untuk berkembang dimasa depan. Warung pintar merupakan salah satu model new retail di Indonesia, dinilai dapat mempercepat kesempatan berusaha bagi banyak orang yang memiliki usaha kecil, bahkan besar. Hal ini dapat meningkatkan daya saing warung kecil disbanding dengan peritel modern, dan inklusi teknologi dalam waktu yang singkat namun tetap tepat dengan sasaran yang menjadi tujuan. Selain itu, new retail juga dapat menciptakan adanya terobosan baru bagi para pebisnis digital yang memiliki kemampuan, modal, dan keinginan yang kuat untuk membantu masyarakat kecil. Adapun berbagai fungsi dari adanya new retail diantaranya adalah :

1. Sebagai ujung tombak dari pemasaran produk, yang menjadi bagian terakhir dari rantai pasokan varang dari produsen ke konsumen atau pembeli. Hal ini menjadi penting karena dinilai dapat menjafa agar produsen bisa tetap fokus dalam melakukan produksi barangnya tanpa adanya gangguan dari luar.
2. Memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk
3. Membantu pemilik usaha ritel dalam memasarkan produknya

Jadi, new ritel merupakan salah satu konsep atau bentuk lain dari adanya industry e-commerce, dimana pada saat itu tidak akan adalagi batasan antara layanan jual beli secara online melalui media masa atau pembelian secara langsung atau biasa disebut dengan offline. Hal ini merupakan kabar baik bagi para pemilik bisnis kecil agar dapat berkembang dimasa yang akan mendatang.

### **Pergeseran kebiasaan**

Seiring dengan berjalannya waktu akan banyak hal mengalami perubahan. Salah satunya yang di alami Mr Brew Indonesia adalah dalam hal pemesanan minuman di kedai kopi miliknya. Dahulu banyak orang yang membeli minuman dan menikmatinya langsung di kedai kopi Mr Brew

Indonesia baik itu pelajar yang sedang mengerjakan tugas ataupun kumpul karyawan kantor yang sedang berdiskusi. Dan hal ini biasa disebut dengan istilah *dine in*. Dimana kedai kopi Mr Brew Indonesia akan mempersiapkan meja untuk menghadirkan menu yang dipesan. Selain itu, penyajian ini juga akan dilengkapi dengan peralatan minuman, seperti sedotan, gelas, dan tisu. Ketika pembeli memilih untuk *dine in*, maka pembeli pun tidak perlu repot lagi untuk mencuci alat minuman tersebut.

Memilih minuman di luar memang sering menjadi pilihan bagi banyak orang, terlebih bagi yang tidak sempat memasak. Ada banyak sekali pilihan kuliner di sekitaran yang sudah menjamur. Mulai dari rumah makan, hingga restoran mewah. *Dine in* ini sangatlah menarik karena pembeli bisa mendapatkan suasana baru dan terbaik. Selain itu, pembeli juga bisa menilai pelayanan yang diberikan sudah baik atau belum. Ada banyak alasan orang-orang membeli makanan dengan cara *dine in* pada saat itu adalah karena memiliki beberapa kelebihan yaitu tidak perlu mencuci alat makan, memiliki tempat yang menarik, makanan dan minuman yang disajikan lebih fresh karena baru selesai masak kemudian dihidangkan<sup>2</sup>. Akan tetapi, dengan berjalannya waktu *dine in* tidak menjadi pilihan yang tepat, apalagi dimasa pandemi seperti saat ini. Banyak orang yang memikirkan kesehatan dan kebersihan, serta lebih menjaga diri dari kerumunan untuk menghindari diri dari terjangkitnya virus covid-19. Selain itu juga, alasan perkembangan zaman menjadi utama, dengan adanya teknologi, banyak inovasi baru yang muncul dan dapat mengatasi permasalahan terkait dengan pembelian makanan. dengan munculnya penjualan makanan online, hal ini menjadi pengaruh besar. Banyak orang yang beralih, mereka yang biasa membeli makanan secara *dine in* beralih membeli makanan secara online melalui aplikasi seperti gofood, shopeefood, grabfood dan semacamnya. Hasil survei dari *Nielsen Singapore Report* menunjukkan, sebanyak 58% masyarakat Indonesia memilih membeli makanan siap santap melalui aplikasi *online* lewat ponsel atau kedua tertinggi setelah makan di tempat yang dipilih oleh 80% responden. Alasan utama konsumen memilih aplikasi *online* adalah dapat menghemat waktu atau tenaga untuk mengantre dan menunggu, alasan ini dipilih oleh 39% responden. Sebanyak 37% responden beralasan penggunaan aplikasi *online* dapat menghemat waktu atau tenaga dalam bepergian untuk membeli makanan. Adapun 33% responden beralasan

aplikasi *online* memberikan promosi atau tawaran menarik.

Selain itu, pilihan pembayaran yang praktis dan potongan tunai yang menarik juga menjadi pendorong masyarakat untuk membeli makanan secara *online*, yaitu dipilih oleh 21% responden. Beragamnya pilihan dari menu makanan menjadi alasan kelima yang dipilih oleh 17% responden. Baik pembelian secara *dine in* maupun *online*, semua pada intinya adalah tetap proses transaksi untuk pembelian makanan, akan tetapi banyak alasan yang menyebabkan pembelian makanan secara *online* dinilai lebih efektif. Sehingga, tidak heran apabila banyak masyarakat yang beralih ke pembelian makanan secara *online*.

### **Kehadiran Aplikasi Pesan Makanan dan Minuman Online**

Di zaman modern seperti saat ini pasti kita sudah tidak asing lagi mendengar segala sesuatu menggunakan proses secara *online*. Segala sesuatu saat ini didukung secara *online*, salah satunya dapat melalui aplikasi. Aplikasi sendiri adalah perangkat lunak yang mengkombinasikan beberapa fitur yang memiliki kegunaan dan tujuan tertentu dan dapat diakses serta digunakan oleh user.

Tentu saja Mr Brew Indonesia menerapkan aplikasi yang berbasis *online* ini ke bisnis yang sedang berjalan. Meningkatnya teknologi dari hari ke hari membuat pola hidup masyarakat menjadi semakin dinamis untuk mengikuti perkembangannya. Salah satu yang turut berkembang dan berubah adalah pola mengonsumsi makanan, dimana pada zaman dahulu masyarakat harus melakukan proses pembelian atau transaksi secara langsung atau tatap muka untuk membeli makanan, dan saat ini mereka cukup duduk diam dirumah dan makanan yang diinginkan sampai kerumah dengan cepat dan aman hanya melalui ponsel dan aplikasi. Ada layanan untuk mengantarkan makanan yang saat ini membludak, mereka menawarkan banyak kemudahan bagi konsumen untuk menghemat waktu, tenaga dan kepraktisan untuk membeli makanan dan minuman. Adapun penelitian yang telah dilakukan membuktikan layanan antar dan pesan makanan berdampak terhadap perilaku konsumen di Indonesia. dengan adanya layanan pesan makanan menggunakan aplikasi seperti gofood dan grabfood, terjadi fenomena *Online food delivery* yang berpengaruh terhadap perkembangan tren makanan, bisnis kreatif sejak beberapa tahun terakhir ini. Tidak bisa disangka bahwa maraknya aplikasi dengan layanan pesan antar makanan bisa menggeser perilaku masyarakat di Negara kita, dalam proses jual dan

beli makanan, sebelumnya masyarakat hanya harus mempertimbangkan waktu, karena membeli makanan cukup menguras waktu, dan tenaga. Akan tetapi, sekarang adanya kemudahan untuk dapat membeli makanan hanya dengan satu kali klik di aplikasi diponsel untuk membeli makanan secara *online*, hal ini dinilai sangat membantu dan menjaga kita agar dapat terhindar dari virus yang sedang merebak saat ini.

Kehadiran pemesanan makanan *online* saat ini, menjadikan segala sesuatunya menjadi lebih mudah, terkhusus adanya proses jual beli dan makanan diantar sampai kerumah serta proses transaksinya yang lebih mudah. Maka, tidak heran jika banyak masyarakat yang beralih dari membeli makanan secara langsung ke proses pembelian makanan melalui aplikasi *online*. Hal ini dinilai lebih mudah, praktis dan aman serta terlindung dari adanya jangkitan virus yang saat ini sedang merebak di Indonesia.

### **SIMPULAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 membuat perubahan yang begitu besar terhadap perekonomian dan bisnis. Selain itu, membuat adanya pergeseran gaya hidup di masyarakat. Tetapi, pandemi tidak membuat usaha *Mr Brew Indonesia* yang dimiliki oleh bapak Nathanael Sony berubah karena dampak dari pandemi COVID-19. Namun beliau tidak putus asa karena memanfaatkan teknologi yang ada untuk beradaptasi dengan situasi. Tidak lupa menerapkan *new retail concept* sehingga tidak fokus pada satu *channel* penjualan saja atau berfokus pada toko fisik yang dimiliki, tetapi beliau menggabungkan toko fisik dan toko *online* berbasis aplikasi yang terintegrasi. Pada kondisi pandemi saat ini, sudah seharusnya para pelaku usaha untuk selalu beradaptasi dan menggunakan teknologi dengan baik dan benar untuk bisa bangkit dari keterpurukan sehingga nantinya bisnis yang dimiliki dapat bertahan di zaman yang terus berkembang.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Annie Pilon. 2017. "50 Retail Business Ideas on a Budget". [Online] : <https://smallbiztrends.com/2017/06/low-cost-retail-business-ideas.html>. Diakses pada 3 maret 2022.
- Barbarra , R. 2020. "Definitions & Examples of Retail". [Online] :

- <https://www.thebalancesmb.com/what-is-retail-2892238>. Diakses pada 3 maret 2022.
- Corry Anestia. (2019). Tren "New Retail" dan Pemberdayaan Pedagang Tradisional". Online at <https://dailysocial.id/post/new-retail-di-indonesia>. Diakses pada 3 Maret 2022.
- Im, F M. 2020. "Riset McKinsey: Bisnis Kafe dan Restoran Dine-in Diprediksi Kesulitan untuk Pulih". [Online] : <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200518/12/1242169/riset-mckinsey-bisnis-kafe-dan-restoran-dine-in-diprediksi-kesulitan-untuk-pulih>. Diakses pada 3 maret 2022.
- Jppn.com. 2019. "2020 bisnis kopi masih menjanjikan". [Online]: <https://www.jpnn.com/news/2020-bisnis-kedai-kopi-masih-menjanjikan?page=2>. Diakses pada 5 maret 2022.
- Kemenperin.go.id. 2019. "Industi pengolahan kopi semakin prospektif". [Online]: <https://kemenperin.go.id/artikel/21117/Industi-Pengolahan-Kopi-Semakin-Prospektif>. Diakses pada 5 maret 2022.
- M arfan. 2021. "Perubahan Perilaku Masyarakat Terhadap Penggunaan Jasa Pesan-Antar Makanan". [Online]: <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/07/08/083512/perubahan-perilaku-masyarakat-terhadap-penggunaan-jasa-pesan-antar-makanan>. Diakses pada 4 maret 2022.
- Memahami Apa Itu Bisnis Retail dan Karakteristiknya. [Online] : [https://www.hsbc.co.id/1/PA\\_esf-ca-app-content/content/indonesia/personal/offers/news-and-lifestyle/files/articles/html/201906/memahami-apa-itu-bisnis-retail-dan-karakteristiknya.html](https://www.hsbc.co.id/1/PA_esf-ca-app-content/content/indonesia/personal/offers/news-and-lifestyle/files/articles/html/201906/memahami-apa-itu-bisnis-retail-dan-karakteristiknya.html). Diakses pada 3 Maret 2022.
- Serba, S. 2020. Pengertian Aplikasi: Arti, Fungsi, Klasifikasi, dan Contoh Aplikasi. [Online] : <https://idcloudhost.com/pengertian-aplikasi-arti-fungsi-klasifikasi-dan-contoh-aplikasi/>. Diakses pada 3 maret 2022.
- Theconversation.com. 2019. "Gaya hidup konsumtif akibat majunya perekonomian Indonesia semakin menyisihkan orang miskin". [Online]: <https://theconversation.com/gaya-hidup-konsumtif-akibat-majunya-perekonomian-indonesia-semakin-menyisihkan-orang-miskin-109334>. Diakses pada 5 maret 2022.
- Tiara, N A. 2020. "5 Perbedaan Makan untuk Dine In dan Take Away, Kamu Tim yang Mana?". [Online] : <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/tresna-nur-andini/5-perbedaan-makan-untuk-dine-in-dan-take-away-c1c2/4>. Diakses pada 3 maret 2022.
- Ugm.ac.id. 2019. "Industi kuliner jadi penopang terbesar perekonomian kreatif Indonesia". [Online]: <https://ugm.ac.id/id/berita/18389-industi-kuliner-jadi-penopang-terbesar-perekonomian-kreatif-indonesia>. Diakses pada 5 maret 2022.