

SOPI KE KOPI: MENGUBAH HABITUS MELALUI MODAL SOSIAL DALAM KEWIRAUSAHAAN

Oleh:

Elly Esra Kudubun¹ dan Yerik Afrianto Singgalen²

Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga¹

Politeknik Perdomaian Halmahera²

Elly.kudubun@uksw.edu; singgalen.yerik@gmail.com

ABSTRAK

Kewirausahaan memiliki peran yang sangat penting di daerah paska konflik SARA, selain memberikan manfaat ekonomi juga memberikan manfaat sosial. Coffeeshop merupakan salah satu bentuk usaha yang memberikan manfaat sosial bagi masyarakat di Kota Tobelo, Kabupaten Halmahera Utara. Pada tahun 2016, Tampoeroeng *Coffeeshop* yang dikenal sebagai ruang diskusi publik yakni tempat berkumpul dan berdiskusi pemuda pemudi di Kota Tobelo. Tampoeroeng *Coffeeshop* merupakan inisial dari kalimat Torang Anak Marahai Punya *Coffeeshop*. Tampoeroeng *Coffeeshop* menjadi katalisator perkembangan usaha *coffeeshop* di Kota Tobelo, hal tersebut dapat dilihat dari berkembangnya usaha *coffeeshop* pada tahun 2017. Mempertimbangkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji manfaat sosial dari perkembangan kewirausahaan dan sektor pariwisata di Kota Tobelo sebagai daerah paska konflik, menggunakan metode kualitatif–studi kasus. Teknik

Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi dan studi dokumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tampoeroeng *Coffeeshop* merupakan usaha yang didirikan oleh lima orang pemuda dengan tujuan untuk “mengkopikan Tobelo” atau mengubah gaya hidup pemuda atau pemudi dari kebiasaan konsumsi minuman keras (sopi) menjadi kebiasaan konsumsi kopi, sekaligus mempererat hubungan persaudaraan dan keakraban antar umat beragama. Untuk menarik pemuda pemudi, pengusaha Tampoeroeng *Coffeeshop* menggunakan strategi pemasaran bauran. Selain itu, pengusaha Tampoeroeng *Coffeeshop* juga memanfaatkan jejaring, kepercayaan dan nilai-nilai budaya lokal untuk mempertahankan usaha menghadapi tantangan persaingan antar usaha *coffeeshop* di Kota Tobelo.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran; Modal Sosial; Coffeeshop; Start-up Bussiness.*

ABSTRACT:

Entrepreneurship has a very important role in post-SARA conflict areas, in addition to providing economic benefits it also provides social benefits. Coffee shop is a form of business that provides social benefits to the community in Tobelo City, North Halmahera Regency. In 2016, Tampoeroeng Coffee shop, which is known as a public discussion space, is a place to gather and discuss young people in Tobelo City. Tampoeroeng Coffee shop is the initials of the sentence Torang Anak Marahai Has Coffee shop. Tampoeroeng Coffee shop has become a catalyst for the development of the coffee shop business in Tobelo City, this can be seen from the development of the coffee shop business in 2017. Considering this, this study aims to examine

the social benefits of the development of entrepreneurship and the tourism sector in Tobelo City as a post-conflict area, using the method qualitative - case study. Data collection techniques using in-depth interviews, observation and document study. The results of this study indicate that Tampoeroeng Coffee shop is a business founded by five young people with the aim of “copying Tobelo” or changing the lifestyles of youths or girls from drinking into coffee consumption habits, as well as strengthening the relationship of brotherhood and intimacy between religious people. To attract young people, the Tampoeroeng Coffee shop entrepreneur uses a mixed marketing strategy. In addition, Tampoeroeng Coffee shop entrepreneurs also take advantage of networks, beliefs and local cultural values to maintain their business in facing the challenges of competition between coffee shop businesses in Tobelo City.

Keywords: *Marketing Strategy; Social Capital; Coffee shop; Business start-up.*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan memiliki peran yang sangat penting di daerah paska konflik SARA, selain memberikan manfaat ekonomi juga memberikan manfaat sosial. Kabupaten Halmahera Utara terletak di wilayah Timur Indonesia dan merupakan daerah perbatasan antara Indonesia dan Filipina. Coffeeshop merupakan salah satu bentuk usaha yang memberikan manfaat sosial bagi masyarakat di Kota Tobelo, Kabupaten Halmahera Utara, Provinsi Maluku Utara. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa konflik yang terjadi di kalangan masyarakat bersumber dari permasalahan perebutan wilayah (Aini, 2012; Alting, 2011; Mou, 2015). Selain itu, konflik antar aktor politik, perebutan sumber daya energi hingga konflik antara agama menjadi catatan sejarah di daerah Kabupaten Halmahera Utara dan Maluku Utara (Abbas, 2011; Danius, 2012; Gumuru, 2014; Qodir, 2012; Rozi, 2006). Hal ini menunjukkan bahwa wilayah perbatasan negara Indonesia dalam dinamika pembangunan tidak terlepas dari konflik, akibat adanya batasan ruang publik atau sikap apatis aktor politik akibat minimnya ruang diskusi publik sebagai wadah menyamakan perspektif oleh pemangku kepentingan. Hasil penelusuran ilmiah menunjukkan bahwa kajian tentang perkembangan kewirausahaan

di daerah paska konflik terutama di wilayah perbatasan negara Indonesia dengan Filipina masih terbatas. Kajian tentang lingkungan dunia usaha di daerah paska konflik Maluku Utara terakhir kali dilakukan pada tahun 2003 oleh (Mawardi, 2003) pada sektor perdagangan komoditi perkebunan, sektor perikanan, sektor jasa konstruksi dan sektor penunjang transportasi laut. Apabila dihubungkan dengan kebijakan pemerintah Indonesia pada tahun 2015 terkait dengan prioritas pembangunan nasional, sektor pariwisata menjadi salah satu program prioritas pembangunan nasional. Hal ini berarti bahwa kajian tentang usaha jasa di daerah paska konflik juga diperlukan untuk memperkaya ilmu pengetahuan di bidang pariwisata dan kewirausahaan.

Coffeeshop berkembang di Indonesia sebagai bagian yang terintegrasi dengan sektor pariwisata karena manfaat ekonomi, sosial dan lingkungan (Pahlevi, Zakaria, & Kalsum, 2014; Winantara, Bakar, & Puspitaningsih, 2014). Dalam konteks Halmahera Utara, *Coffeeshop* merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa dan hiburan serta bagian dari industri kreatif dalam pengembangan pariwisata daerah. *Coffeeshop* dikategorikan sebagai sektor privat yakni aktor yang berperan penting dalam pencitraan pariwisata daerah,

oleh sebab itu sistem layanan terhadap tamu di *Coffeeshop* mencerminkan keramahtamahan (*hospitality*) masyarakat di Halmahera Utara. Pada tahun 2016, Tampoeroeng *Coffeeshop* dibangun sebagai tempat berkumpulnya pemuda dan pemudi di Kota Tobelo untuk mendeklarasikan perdamaian, meredam isu SARA, meminimalisir konsumsi minuman keras dan obat terlarang di kalangan para pemuda, sekaligus menjadi wadah edukasi yakni ruang berdiskusi bagi mereka di Halmahera Utara. Hal ini menunjukkan adanya upaya sektor privat untuk menjaga perdamaian dengan menciptakan kondusif di ruang publik antara pemuda dan pemudi di Kota Tobelo sehingga menciptakan citra pariwisata daerah yang aman dan nyaman untuk dikunjungi.

Kajian tentang kewirausahaan di bidang jasa pada wilayah paska konflik belum banyak dilakukan sebelumnya, meskipun demikian kajian tersebut penting untuk dilakukan sehingga memberikan gambaran tentang pertumbuhan ekonomi di suatu daerah setelah terjadinya konflik. Mempertimbangkan hal tersebut, penelitian ini akan menguraikan perkembangan pariwisata dan kewirausahaan di daerah paska konflik.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus di Tampoeroeng *Coffeeshop*, Kota Tobelo, Kabupaten Halmahera Utara, Provinsi Maluku Utara, Indonesia. Pengambilan data menggunakan teknik wawancara mendalam, teknik observasi dan studi dokumen. Informan kunci yang terlibat dalam penelitian ini adalah Gleen Tasane selaku pemilik sekaligus pengelola Tampoeroeng *Coffeshop*. Teknik validasi data menggunakan triangulasi untuk memperoleh informasi yang kredibel.

HASIL PENELITIAN

Start-Up Business Tampoeroeng *Coffeeshop*

Gagasan untuk memulai usaha Tampoeroeng *coffeeshop* berawal dari hasil diskusi pada saat reuni Sekolah Menengah Atas, oleh Jatser Paleba, Glenn Tasane, Eko Tingginehe, Mufti Kotjo, Jefly Masoara. Pada awal diskusi, hal-hal yang dibahas ialah karakteristik usaha yang paling tepat untuk dibangun di Kota Tobelo, gagasan tersebut menjadi motivasi untuk mengambil langkah konkrit dengan membuat sebuah usaha sebagai ruang publik atau wadah diskusi bagi pemuda dan pemudi di Kota Tobelo.

Pertemuan untuk mendirikan sebuah usaha *coffeeshop* dilakukan kurang lebih tiga kali hingga membentuk komitmen untuk berinvestasi. Sebelum membangun infrastruktur, pembahasan serius dalam rapat para pemodal ialah nama dan tema bangunan yang sesuai dengan karakteristik kebudayaan Hibualamo. Hasil rapat menunjukkan bahwa *coffeeshop* diberikan nama Tampoeroeng yang merupakan istilah dari *Torang Anak Marahai Poenya Waroeng*. Hal ini menunjukkan bahwa gagasan mendirikan usaha *Coffeeshop* tidak terlepas dari nilai-nilai kebudayaan lokal Hibualamo yang berarti rumah (*sabua*) besar, yang dapat dipahami sebagai tempat tinggal bersama. Setelah membahas lokasi tempat usaha, proses pembangunan infrastruktur Tampoeroeng *Coffeeshop* dimulai, adapun dokumentasi proses pembangunan infrastruktur Tampoeroeng *Coffeeshop* dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini.

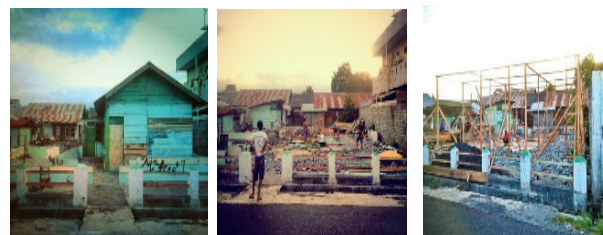




Figure 1. *Pembangunan Infrastruktur Tampoeroeng Coffeeshop (Source : Tampoeroeng Coffeeshop, 2018).*

Setelah proses pembangunan eksterior Tampoeroeng Coffeeshop selesai, dilanjutkan dengan desain interior yang merupakan konvergensi tema modern dengan etnik. Dalam proses pengerjaan desain interior, dapat dilihat implementasi nilai-nilai budaya lokal yang disebut sebagai *hirono* yakni saling membantu antara satu pemuda (individu) dengan pemuda (individu) yang lain untuk membangun atau mengerjakan sesuatu. Selaras dengan nama Tampoeroeng yang identik dengan tempat bersama, menjadi wadah untuk mempererat hubungan persaudaraan antar individu.

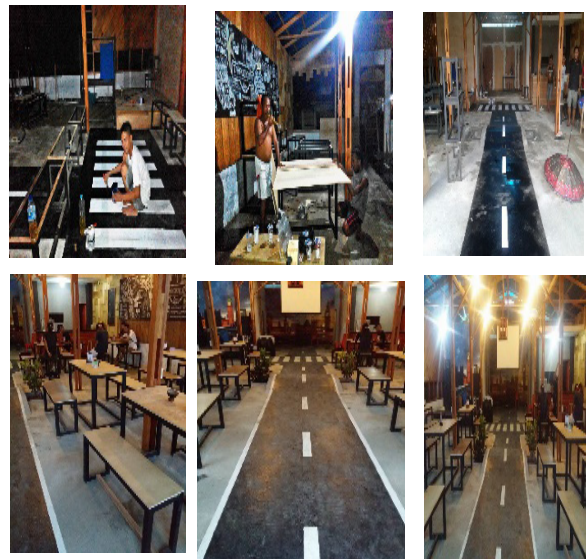


Figure 2. *Desain Interior Tampoeroeng Coffeeshop (Source : Tampoeroeng Coffeeshop, 2018).*

Figure 2 menunjukkan bahwa proses pembangunan telah selesai. Selanjutnya, untuk memperkenalkan kehadiran Tampoeroeng coffeeshop di kota Tobelo, petunjuk arah menuju lokasi tempat usaha dipublikasikan melalui media sosial, seperti pada gambar 3 berikut ini.

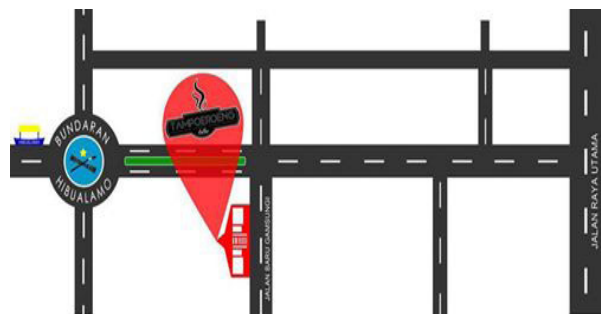


Figure 3. *Lokasi Tampoeroeng Coffeeshop (Source : Tampoeroeng, 2018)*

Setelah proses publikasi keberadaan Tampoeroeng Coffeeshop dilakukan, proses perekrutan tenaga kerja dibuka dengan total gaji Rp.1.000.000,00 setiap bulan bagi barista dan koki tanpa sertifikat, serta Rp.1.500.000,00 setiap bulan untuk barista dan koki bersertifikat. Total gaji tersebut akan ditambah Rp.250.000,00 setiap tiga bulan serta bonus Rp.250.000,00 apabila memenuhi target

penjualan. Total karyawan yang dibutuhkan berjumlah lima karyawan yang terdiri dari dua orang barista, satu koki, satu orang petugas kebersihan sekaligus pelayan, serta satu orang kasir. Adapun, dokumentasi salah satu tenaga kerja di Tampoeroeng Coffeeshop dapat dilihat pada gambar 4 berikut ini.



Figure 4. Sistem Perekrutan dan Pemberhentian Karyawan (Source : Tampoeroeng, 2018)

Figure 4 menunjukkan bahwa perekrutan tenaga kerja memberikan peluang kepada masyarakat lokal untuk bekerja. Hal ini berarti bahwa kehadiran Tampoeroeng Coffeeshop di Kota Tobelo mampu memperluas lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan per kapita. Tenaga kerja yang telah direkrut juga didampingi, dilatih serta diarahkan untuk menghasilkan menu makanan khas lokal yang dikenal sebagai *pisang goroho* sebagai salah satu jenis pisang yang ramai diminati masyarakat lokal. Hal ini menunjukkan bahwa pasar atau target utama konsumen dari Tampoeroeng Coffeeshop ialah masyarakat lokal. Adapun, dokumentasi proses pembuatan menu khas masyarakat lokal dapat dilihat pada gambar 5 berikut ini.

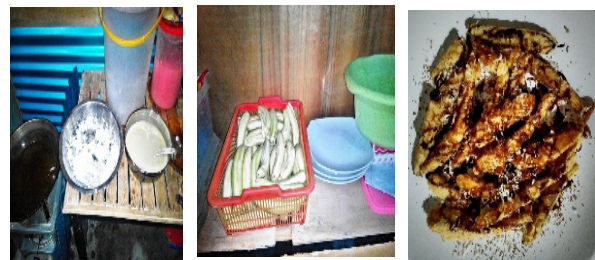


Figure 5. Proses Pembuatan Makanan Khas Lokal Pisang Goroho (Source : Tampoeroeng, 2018)

Figure 5 menunjukkan adanya kombinasi menu yang disediakan di Tampoeroeng Coffeeshop sebagai bentuk diversifikasi produk. Dalam perkembangannya, minuman atau makanan yang paling banyak dikonsumsi akan dikelompokkan sebagai *best taste* sebagai rekomendasi bagi konsumen lainnya. Selain itu, untuk pelanggan setia di Tampoeroeng Coffeeshop diberikan diskon 35% melalui *gold member card* serta diskon 25% melalui *silver member card*. Selain itu, pemesanan dengan total harga di atas Rp.150.000,00 akan mendapatkan minuman dan satu snack gratis. Apabila layanan pemesanan terlambat hingga lebih dari 20 menit maka konsumen akan mendapatkan satu minuman dan satu snack gratis. Demikian juga, diskon 50% untuk semua jenis minuman kopi mulai pukul 15.00-17.00 WIT setiap hari senin, selasa dan kamis. Adapun, dokumentasi hasil publikasi bentuk penawaran dan diskon di Tampoeroeng Coffeeshop dapat dilihat pada gambar 6 berikut ini.



Figure 6. Menu dan Harga Produk Tampoeroeng Coffeeshop (Source: Tampoeroeng Coffeeshop, 2018)

Figure 6 menunjukkan sistem manajemen Tampoeroeng Coffeeshop terkait dengan sistem layanan, diversifikasi produk, promosi melalui diskon. Hal ini menunjukkan bahwa diskon yang diberikan pada hari senin, selasa dan kamis ditunjukkan sebagai upaya untuk meramaikan konsumen di hari-hari tersebut. Untuk menetapkan strategi promosi berupa diskon kepada konsumen, pertemuan dan evaluasi kinerja dilakukan setiap minggu. Apabila ditemukan adanya inkonsistensi atau ketidakdisiplinan karyawan yang menyebabkan kerugian, maka sanksi yang paling berat diterima ialah pemecatan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara mendalam bersama Glenn Tasane sebagai pengelola sekaligus pemilik usaha Tampoeroeng Coffeeshop sebagai berikut:

“Ada lima orang pendiri Tampoeroeng Coffeeshop yakni Jatser Paleba, Glenn Tasane, Eko Tingginehe, Mufti Kotjo, Fefty Masoara. Awal muncul ide bangun Tampoeroeng Coffeeshop itu dari kami lima orang saat reuni angkatan SMA untuk membahas usaha yang harus dibuat di Tobelo. Kami melihat peluang bahwa bisnis kopi mulai menjadi trend sejak kasus kopi Mirna. Kami membahas rencana bisnis ini sebanyak dua kali, dan pada pertemuan ketiga kami memahasnya dengan serius sambil mengakumulasikan total anggaran untuk pembangunan infrastruktur. Modal awal bisa dibbilang 30% sisanya pinjaman dari teman teman terdekat dan akhirnya pinjaman tersebut ditutup dengan kreditan. Dengan modal berani kami menjalankan usaha ini. Pembagian keuntungan kami berdasarkan saham atau poin yang ditanam, jadi total saham dibagi jumlah uang/barang/jasa dalam beberapa persen. Kami memiliki lima karyawan, dua orang barista, satu koki, satu orang petugas kebersihan sekaligus pelayan dan satu orang kasir. Masing-

masing digaji satu juta per bulan dan gaji akan naik sebesar Rp.250.000 per tiga bulan, ditambah Rp.250.000 bonus jika memenuhi target. Untuk barista dan koki yang bersertifikat maka gajinya 1,5 juta perbulan. Setiap minggu kami selalu mengadakan pertemuan bersama karyawan untuk evaluasi kerja dan capaian, terkait dengan pemberhentian karyawan, ada tiga kali tahapan teguran berdasarkan pelanggaran yang dibuat. Kami menilai masalah kedisiplinan, konsistensi, kebersihan dan kejujuran. Kami sangat serius dalam menjalankan usaha ini karena bukan hanya untuk keuntungan belaka melainkan juga untuk membangun daerah melalui usaha semacam ini. Selain memasarkan produk untuk meningkatkan konsumen, kami memiliki tujuan untuk memperkuat hubungan persaudaraan dan menjaga perdamaian di kota Tobelo serta meminimalisir konsumsi minuman keras dan obat terlarang di kalangan pemuda. Hal tersebut sudah pasti, langkahnya mengedukasikan manfaat kopi dan kenikmatannya dengan cara-cara kreatif sesuai dengna trend masa kini. Sehingga kita dapat mencapai tujuan mengkopikan Tobelo. Sampai sejauh ini dapat dikatakan kami berhasil sebagai pionir yang berhasil membuat banyak pebisnis kopi membuka usaha kopi di Tobelo. Sesuai kepanjangan torang anak marahai punya waroeng kami menjadikan kafe ini sebagai ruang publik yang didalamnya terdapat orang-orang bagus atau kreatif untuk kemajuan Halmahera Utara. Melalui usaha ini, kami berharap dapat membuka lapangan pekerjaan untuk mengurangi tingkat pengangguran. Coffeeshop bisa menjadi bagian dari icon wisata kuliner, dan Tampoeroeng Coffeeshop sudah membuktikan itu dengan banyaknya

turis lokal sampai mancanegara yang sering mampir kesini. ”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa perkembangan kewirausahaan di sektor jasa selain memberikan manfaat ekonomi terkait dengan perluasan lapangan pekerjaan juga bermanfaat bagi sosial yakni sebagai ruang publik untuk menjaga kondisi sosial agar tetap kondusif. Dalam konteks Tampoeroeng Coffeeshop, kontribusi terhadap perkembangan sektor pariwisata dapat dilihat dari pelayanan prima untuk menciptakan kenyamanan dan keamanan wisatawan ketika berkunjung ke Tampoeroeng Coffeeshop. Hal tersebut dapat menciptakan citra pariwisata daerah yang aman dan nyaman untuk dikunjungi. Selain itu, dengan tersedianya ruang diskusi di Tampoeroeng Coffeeshop, kondisi sosial masyarakat di Kota Tobelo terutama para pemuda dapat terjaga dan terhindar dari konflik sara akibat informasi yang bersifat provokatif. Melalui adanya ruang diskusi atau ruang publik, pelbagai informasi yang bersifat provokatif akan dibahas dan didiskusikan untuk memperoleh kebenaran di Tampoeroeng Coffeeshop. Selain itu, nilai-nilai kebudayaan lokal berupa *hirono* dan *hohidiai* yang aplikasikan dalam pembangunan Tampoeroeng Coffeeshop mencerminkan adanya upaya untuk mempertahankan kebersamaan di era disruptif. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa kehadiran Tampoeroeng Coffeeshop memberikan manfaat ekonomi, sosial dan budaya.

MENGEMBANGKAN DAN MEMPERTAHAKAN USAHA TAMPOEROENG COFFEESHOP

Pada tahun 2017, usaha *Coffeeshop* di kota Tobelo berkembang pesat. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya usaha kopi yang dibuka yakni Jarot *Coffeeshop*, Kedai Kopi

Coffeeshop, Torang Poenya *Coffeeshop*, The *Coffee Coffeeshop*, Coffee Corner *Coffeeshop*, Tokuwela *Coffeeshop*, Paddock *Coffeeshop* serta usaha *Coffeeshop* lainnya. Hal ini menunjukkan semakin banyaknya penikmat kopi sebagai pasar yang menjadikan usaha *Coffeeshop* menjadi trend di Kota Tobelo. Sementara itu, reformasi kelembagaan di Dinas Pariwisata Kabupaten Halmahera Utara dengan dibentuknya bidang pengembangan industri kreatif daerah, maka *Coffeeshop* menjadi salah satu pemangku kepentingan dalam membentuk citra pariwisata Halmahera Utara. Pada hari Kamis, tanggal 1 Maret 2018 di Ballroom Hotel Greendland, Dinas Pariwisata Kabupaten Halmahera Utara menyelenggarakan kegiatan seminar Peningkatan Profesionalisme dan Pelayanan Prima di Bidang Usaha Pariwisata dengan tema *Service Excellence* yang dibawakan oleh Dr. Muh, Yahyaddin, M.M., sebagai dosen sekaligus ketua pusat penelitian dan pengabdian masyarakat. Hal ini merupakan bentuk peningkatan sumber daya manusia bagi pemangku kepentingan di bisnis pariwisata agar dapat membentuk citra pariwisata daerah yang mampu menarik kunjungan wisatawan. Adapun, dokumentasi kegiatan tersebut dapat dilihat pada gambar berikut 7 ini.



Figure 7. Seminar Pelayanan Prima oleh Dinas Pariwisata Halmahera Utara (Source : Victor Kadato, 2018)

Hal ini menunjukkan adanya upaya pemerintah daerah untuk melibatkan pelbagai pemangku kepentingan di bisnis pariwisata sekaligus meningkatkan kapasitas sumber daya manusia di bidang usaha pariwisata. Sebagai upaya untuk mendukung program pemerintah dalam membangun pariwisata di Halmahera Utara, Tampoeroeng Coffeeshop mengoptimalkan sistem layanan dengan pelbagai strategi promosi sesuai dengan perkembangan teknologi secara adaptif. Hal tersebut dapat dilakukan, dengan menjadikan Tampoeroeng Coffeeshop sebagai tempat berkumpulnya komunitas, seperti pada gambar 8 berikut ini.



Figure 8. Tempat Pertemuan Komunitas Motor (Source : Tampoeroeng Coffeeshop, 2018)

Figure 8 menunjukkan bahwa Tampoeroeng Coffeshop dijadikan tempat pertemuan komunitas motor di Halmahera Utara. Hal ini berarti bahwa Tampoeroeng Coffeeshop menargetkan pemuda sebagai sasaran pasar domestik. Selain itu, untuk menarik minat pemuda, Tampoeroeng Coffeeshop juga menyelenggarakan pelbagai event yang identik dengan hoby pemuda seperti permainan catur atau dam, playstation PES 2017 dan Mobile Legend, seperti pada gambar 9 berikut ini.



Figure 9. Game Turnamen di Tampeoreng Coffeeshop (Source : Tampoeroeng Coffeeshop, 2018)

Selain itu, untuk menarik kalangan pemuda, Tampoeroeng Coffeeshop juga menyelenggarakan acara live acoustic, dj performance di hari valentine dan tahun baru, seperti pada gambar 10 berikut ini.



Figure 10. Strategi Promosi melalui Live Acoustic and Live DJ (Source : Tampoeroeng Coffeeshop, 2018)

Pelbagai upaya promosi yang dilakukan Tampoeroeng Coffeeshop untuk menarik pemuda dan pemudi di kota Tobelo berhasil membuat Tampoeroeng Coffeeshop mempertahankan usaha di tengah persaingan usaha *Coffeeshop* di kota Tobelo. Dalam perkembangannya, Tampoeroeng Coffeeshop menjadi wadah dilaksanakannya press conference Partai Perindo seperti pada gambar 11 berikut ini.



Figure 11. *Konferensi Pers Partai Perindo di Tampoeroeng Coffeeshop (Source : Tampoeroeng Coffeeshop, 2018)*

Figure 11 menunjukkan bahwa Tampoeroeng Coffeeshop tidak hanya menjadi wadah bagi kalangan pemuda dan pemudi untuk berkumpul merayakan hari valentine atau tahun baru semata, melainkan juga menjadi wadah bagi aktor-aktor politik untuk membahas pelbagai isu pembangunan. Disisi lain, Tampoeroeng Coffeeshop menjadi tempat untuk mengadakan pertemuan serta bercengkrama antar pemuda di kota Tobelo, seperti pada gambar 12 berikut ini.



Figure 12. *Tampoeroeng Coffeeshop sebagai Ruang Publik untuk Diskusi (Source : Tampoeroeng Coffeeshop, 2018)*

Dalam perkembangannya, Tampoeroeng Coffeeshop memperoleh brand sebagai pioneer perkembangan usaha *Coffeeshop* di kota Tobelo seperti yang diberitakan pada media cetak Radar Halmahera, pada gambar 13 berikut ini.



Figure 13. *Publikasi Tampoeroeng Coffeeshop (Source : Radar Halmahera 2017)*

Perkembangan usaha Tampoeroeng Coffeeshop di kota Tobelo menunjukkan adanya pemanfaatan modal sosial yakni jejaring, kepercayaan dan norma-norma dalam strategi pemasaran. Dalam konteks jejaring, hal tersebut dapat dilihat dari pemanfaatan jejaring sosial yang dimiliki oleh pengusaha untuk merekrut tenaga kerja hingga pada promosi kegiatan yang diselenggarakan di Tampoeroeng Coffeeshop. Selain itu, norma atau nilai kebudayaan lokal berupa hohidiai dan hirono dimanfaatkan pengusaha untuk memperkuat jejaring yang telah dibentuk sebagai *social bonding*. Adapun, kepercayaan konsumen terhadap produk dan layanan di Tampoeroeng Coffeeshop dimanfaatkan untuk ekspansi atau memperluas jejaring. Akumulasi modal sosial yakni jejaring, norma atau nilai, serta kepercayaan mampu mempertahankan Tampoeroeng Coffeeshop di tengah persaingan usaha Coffeshop.

REFLEKSI HASIL PENELITIAN

Perkembangan kewirausahaan di daerah paska konflik, berkontribusi terhadap perekonomian daerah sekaligus percepatan pembangunan melalui perluasan lapangan pekerjaan sehingga dapat mengatasi masalah pengangguran. Hal tersebut dapat dilihat dari upaya Tampoeroeng Coffeshop untuk merekrut tenaga kerja yang merupakan masyarakat lokal. Disisi lain, (Nulhaqim, 2017) menunjukkan

bahwa bahwa kewirausahaan menjadi resolusi konflik karena adanya alternatif matapencaharian bagi masyarakat lokal.

Salah satu strategi untuk mencegah terjadinya konflik sara dapat dilakukan oleh sektor privat dengan menyediakan ruang publik sebagai wadah komunikasi atau diskusi publik. Kabupaten Halmahera Utara, secara khusus Kota Tobelo memiliki sejarah kelam pada tahun 2000 ketika terjadi konflik akibat isu sara yang terjadi di kalangan pemuda. Oleh sebab itu, kehadiran Tampoeroeng Coffeeshop yang menjadikan pemuda dan pemudi di Kota Tobelo sebagai sasaran pasar domestik, dapat menjadi solusi untuk mencegah terjadinya konflik akibat isu sara di kalangan pemuda. Hal yang sama ditunjukkan oleh (Rosyidi, 2017) dalam konteks kampung Kelbung paska konflik Madura-Sampit bahwa kewirausahaan yang menyediakan ruang komunikasi mampu mengatasi dan mencegah terjadinya konflik.

Melalui dinamika berwirausaha Tampoeroeng Coffeeshop di kota Tobelo, dapat diketahui adanya hubungan saling menguntungkan antara sektor privat dan sektor publik. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya keuntungan Dinas Pariwisata Kabupaten Halmahera Utara dari implementasi pelayanan prima di Tampoeroeng Coffeeshop sehingga membentuk citra pariwisata daerah yang aman dan nyaman untuk dikunjungi. Hal tersebut dapat menimbulkan persepsi yang baik bagi wisatawan tentang suatu destinasi wisata untuk dikunjungi (Singgalen, 2016). Meskipun demikian, kebijakan pariwisata dibutuhkan untuk melibatkan kewirausahaan lokal melalui bidang pengembangan industri kreatif daerah sehingga meningkatkan partisipasi masyarakat di Halmahera Utara (Singgalen, Y., Wiloso, P., Sasongko, 2017). Disisi lain, (Zapata, Hall, Lindo, & Vanderschaeghe, 2011) menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat lokal sebagai pengusaha di bidang pariwisata mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi sekaligus mengentaskan kemiskinan di daerah. Dengan

demikian, perkembangan kewirausahaan di bidang pariwisata berkontribusi terhadap pembangunan daerah.

Perkembangan kewirausahaan juga memengaruhi pertumbuhan sektor pariwisata daerah. Sebagaimana kebijakan reformasi kelembagaan di Dinas Pariwisata Kabupaten Halmahera Utara dengan dibentuknya bidang pengembangan industri kreatif daerah yang menekankan pada keterlibatan pengusaha di bidang pariwisata untuk memberikan pelayanan prima kepada konsumen secara khusus wisatawan sehingga membentuk citra pariwisata daerah yang aman dan nyaman untuk dikunjungi. Dalam upaya untuk mendukung hal tersebut, Tampoeroeng Coffeeshop mengoptimalkan sistem layanan kepada konsumen termasuk kepada wisatawan mancanegara yang berkunjung. Hal yang sama juga ditunjukkan oleh Papadimitriou (2013) bahwa sistem layanan kepada konsumen atau wisatawan mampu menciptakan citra pariwisata suatu destinasi sekaligus membentuk loyalitas pelanggan terhadap usaha tersebut. Dalam usaha pariwisata, (Pedrana, 2014) menunjukkan bahwa promosi suatu destinasi pariwisata tidak hanya bergantung pada pemerintah daerah melainkan juga pengusaha di bidang pariwisata, oleh sebab itu pelayanan kepada wisatawan menjadi faktor esensial dalam meningkatkan citra pariwisata di suatu destinasi. Oleh sebab itu, kerjasama antara sektor privat dan sektor publik diperlukan untuk mengintegrasikan kebijakan pariwisata terhadap para pemangku kepentingan di bidang usaha pariwisata agar menciptakan hubungan yang baik dengan wisatawan melalui sistem layanan yang disediakan masing-masing usaha (Darcy & Wearing, 2009; Hashimoto & Telfer, 2010; Lapeyre, 2011; Lenik, 2013). Hal ini menunjukkan bahwa sektor privat memiliki peran yang sangat esensial dalam menciptakan citra pariwisata daerah.

Modal sosial dapat digunakan untuk memulai usaha, mengembangkan usaha,

hingga mempertahankan usaha. Tampoeroeng Coffeeshop memanfaatkan modal sosial yakni jejaring, norma dan kepercayaan. (Sequeira & Rasheed, 2006) menunjukkan bahwa modal sosial dapat dimanfaatkan pada tahap awal pengembangan usaha. Selain itu, (Singgalen, 2015) dalam konteks usaha seni kerajinan perak di Desa Celuk Bali, menunjukkan adanya pemanfaatan modal yang berbeda oleh pengusaha, seperti halnya modal budaya, modal sosial, modal simbolik dan modal ekonomi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa modal sosial digunakan pengusaha untuk mempertahankan usaha menghadapi persaingan. Modal sosial memiliki pengaruh yang sangat esensial dalam berwirausaha. Pemanfaatan modal sosial tidak hanya mempertahankan usaha tetapi dapat digunakan untuk diversifikasi dan ekspansi usaha (Fatimah & Afifuddin, 2013; Sidik, 2015).

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan kewirausahaan di daerah paska konflik mampu mempercepat pembangunan melalui sektor ekonomi dengan adanya perluasan lapangan pekerjaan, hal ini menunjukkan bahwa perkembangan kewirausahaan menciptakan peluang peningkatan pendapatan perkapita dan menjadi solusi terhadap masalah pengangguran. Selain itu, salah satu strategi untuk mencegah terjadinya konflik ialah dengan menyediakan ruang publik sebagai wadah komunikasi. Kabupaten Halmahera Utara merupakan salah satu daerah yang pernah terjadi konflik antar pemuda akibat isu sara pada tahun 2000. Oleh sebab itu dengan adanya ruang publik atau wadah komunikasi antar pemuda, pelbagai informasi yang provokatif dapat diselesaikan dengan adanya komunikasi yang intensif.

Tampoeroeng Coffeeshop hadir sebagai wadah komunikasi antar pemuda dan pemuda

di Kota Tobelo sekaligus sebagai bentuk kewirausahaan yang memberikan manfaat ekonomi, sosial dan budaya bagi masyarakat lokal. Manfaat ekonomi ialah perluasan lapangan pekerjaan untuk mengatasi masalah pengangguran. Sedangkan, manfaat sosial dan budaya ialah menjaga kondisi sosial bermasyarakat tetap kondusif melalui kegiatan positif dan kreatif sebagai wadah inspiratif pemuda dan pemudi di kota Tobelo. Selain itu, pelayanan prima di Tampoeroeng Coffeeshop mampu mendukung upaya pemerintah daerah secara khusus Dinas Pariwisata di Kabupaten Halmahera Utara dalam membentuk citra pariwisata daerah yang aman dan nyaman untuk dikunjungi wisatawan. Selain itu, untuk memulai, mengembangkan dan mempertahankan usaha, Tampoeroeng Coffeeshop memanfaatkan modal sosial yakni jejaring, norma atau nilai, dan kepercayaan dalam strategi pemasaran.

REFERENCE

- Abbas, R. (2011). Konflik Elit Lokal Dalam Pemilihan Kepala Daerah Maluku Utara. *Jurnal Studi Pemerintahan*, 2(2), 225–237.
- Aini, N. (2012). Domestifikasi Etnisitas : Pemekaran Wilayah dan Rutinisasi Kekerasan Antar Etnis di Maluku Utara. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 1(1), 103–116.
- Alting, H. (2011). Konflik Penguasaan Tanah Di Maluku Utara: Rakyat Versus Penguasa Dan Pengusaha. *Jurnal Konstitusi*, II(2), 266–282.
- Danius, E. (2012). Hubungan Kristen – Islam Pasca Konflik. *Uniera*, 1(1), 1–12.
- Darcy, S., & Wearing, S. (2009). Public-private partnerships and contested cultural heritage tourism in national parks: A case study of the stakeholder views of the north head quarantine station (Sydney, Australia). *Journal of Heritage Tourism*, 4(3), 181–199.

- Fatimah, M., & Afifuddin, M. (2013). Modal Sosial Pedagang Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar Tradisional. *Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik*, 17(2), 4–19.
- Gumuru, D. (2014). Peranan Pemerintah Daerah Dalam Meningkatkan Kinerja Corporate Social Responsibility (CSR) Di PT . Nusa Halmahera Minerals. *Jurnal Administrasi Publik*, 1(1), 1–13.
- Hashimoto, A., & Telfer, D. J. (2010). Developing sustainable partnerships in rural tourism: The case of oita, japan. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2(2), 165–183.
- Lapeyre, R. (2011). The grootberg lodge partnership in namibia: Towards poverty alleviation and empowerment for long-term sustainability. *Current Issues in Tourism*, 14(3), 221–234.
- Lenik, S. (2013). Community engagement and heritage tourism at geneva estate, dominica. *Journal of Heritage Tourism*, 8(1), 9–19. 737
- Mawardi, S. (2003). *Kajian Lingkungan Dunia Usaha di Daerah Pasca Konflik : Kasus Provinsi Maluku Utara*. Maluku Utara.
- Mou, J. (2015). Konflik wilayah antara kabupaten halmahera utara dengan kabupaten halmahera barat 1. *Politico*, 2(6), 1–15.
- Nulhaqim, S. (2017). Penguatan Kelembagaan dalam Membangun Resolusi Konflik melalui Pelatihan Kewirausahaan bagi Masyarakat Nelayan di Desa Eretan Wetan Kecamatan Kandanghaur kabupaten Indramayu Provinsi Jawa Barat. In *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (pp. 45–52). Indramayu.
- Pahlevi, R., Zakaria, W. A., & Kalsum, U. (2014). Analisis Kelayakan Usaha agroindustri Kopi Luwak di Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 2(1), 48–55.
- Papadimitriou, D. (2013). Service Quality Components as Antecedents of Satisfaction and Behavioral Intentions: The Case of a Greek Carnival Festival. *Journal of Convention and Event Tourism*, 14(1), 42–64.
- Pedrana, M. (2014). Location-based services and tourism: possible implications for destination. *Current Issues in Tourism*, 17(9), 753–762.
- Qodir, Z. (2012). Involusi Politik Pemekaran, Etnisitas, dan Agama: Tantangan Reformasi Birokrasi Kasus Maluku Utara. *Jurnal Bina Praja*, 4(4), 217–226.
- Rosyidi, M. (2017). Komunikasi Kelompok dalam Pemberdayaan Masyarakat Kampung Kelbung Pasca Konflik Madura-Sampit. *Komunikasi*, 11(2), 51–62.
- Rozi, S. (2006). Merentas jalan panjang perdamaian: *Jurnal Penelitin Politik*, 3(1), 77–89.
- Sequeira, J. M., & Rasheed, A. A. (2006). Start-Up and Growth of Immigrant Small Businesses: the Impact of Social and Human Capital. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(4), 357–375.
- Sidik, F. (2015). Menggali Potensi Lokal Mewujudkan Kemandirian Desa. *Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik*, 19(2), 115–131.
- Singgalen, Y., Wiloso, P., Sasongko, G. (2017). Evaluation of the Implementation of Tourism Policy. *Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik*, 21(1), 82–106.
- Singgalen, Y. (2015). *Binis Seni Kerajinan Perak di Desa Celuk : Pemanfaatan Modal dalam Dinamika Berwirausaha*. Salatiga: Satya Wacana Press.
- Singgalen, Y. (2016). Persepsi, Modal Sosial, dan Kekuasaan Aktor dalam Perumusan dan Implementasi Kebijakan Pariwisata. *Pax Humana*, 3(2), 081–104.
- Winantara, I. M. Y., Bakar, A. B. U., & Puspitaningsih, R. (2014). Analisis Kelayakan Usaha Kopi Luwak Di Bali. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 2(3), 118–129.

Zapata, M. J., Hall, C. M., Lindo, P., & Vanderschaeghe, M. (2011). Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? Lessons from nicaragua. *Current Issues in Tourism*, 14(8), 725–749.