

INFO US\$AHAWAN

usahawan pemacu ekonomi mapan

EDISI 25

ISSN 1823-6421



Usahawan Kopi Penuhi Citarasa 'Coffee Hunter'

Wan Nazriah Wan Nawawi1

1Fakulti Pengurusan Hotel dan Pelancongan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Terengganu, 23000 Dungun, Terengganu.

Koresponden: wanna035@uitm.edu.my



Perkembangan citarasa rakyat Malaysia terhadap minuman kopi menjadi satu fenomena dengan melihat kewujudan kedai kopi moden yang semakin meningkat. Dahulu kedai kopi sinonim dengan konsep kopitiam iaitu perniagaan kedai kopi yang dijalankan di kawasan kampung atau bandar dengan citarasa kopi tempatan. Kini, budaya kopi bukan lagi sekadar di kopitiam dan warung kopi. Kebanyakan kedai kopi moden yang wujud bercirikan mewah dan gaya *funky* telah menjadikan budaya kopi ini sebagai satu *urban lifestyle* di bandar-bandar besar terutama di kalangan generasi muda hari ini. Tawaran menu minuman kopi tidak lagi terhad kepada kopi tempatan kerana kedai kopi moden ini turut memperkenalkan kopi jenis espresso, macchiato, mocha, latte, cappuccino dan sebagainya. Harganya pula bukanlah dalam kadar mampu minum dengan kerap kerana ia boleh mencecah RM 6.00 ke atas bagi secawan kopi tidak termasuk bahan *add-on*. Pengusaha kedai kopi moden kini dapat mempelbagaikan lagi tawaran minuman kopi selain mengekalkan kopi tempatan sebagai minuman identiti kedai mereka. Pilihan kopi yang pelbagai dihidangkan juga dengan pilihan menu yang bersesuaian dengan tema dan konsep dekorasi kedai kopi mereka.

Kebanyakan kedai kopi moden dibuka secara kecil-kecilan dan sederhana di lokasi yang menjadi tumpuan ramai. Namun kebelakangan ini, dapat dilihat *trend* kewujudan kedai kopi moden di pinggir bandar, rumah atau kedai lama, dan di pekarangan rumah yang tetap menjadi tumpuan pelanggan dengan menu yang dapat memenuhi citarasa pelanggan. Pelanggan yang dikenali dengan istilah 'Coffee Hunter' kebiasaannya akan singgah untuk mencuba keenakan minuman kopi yang ditawarkan dan tertarik dengan keunikan rasa kopi, makanan dan dekorasi di kedai. Pengalaman yang dialami semasa berada di kedai kopi moden itu turut dikongsikan melalui media sosial dengan gambar dan *caption* yang menarik. Perkongsian ini secara tidak langsung menjadi positif *e-word-of-mouth* terhadap kedai kopi moden dan membawa lebih ramai lagi pelanggan yang ingin datang untuk mencuba.

Fenomena ini dilihat sebagai satu perkara yang positif di dalam bidang hospitaliti dengan melihat ianya sebagai satu peluang dalam sudut keusahawan pelajar-pelajar lepasan bidang hospitaliti. Pengetahuan dan kemahiran yang dipelajari dapat diterapkan dengan memulakan perniagaan sendiri. Permintaan terhadap citarasa kopi, makanan dan kesesuaian dekorasi yang unik dan menarik walaupun di pekarangan rumah sendiri membolehkan para graduan ini memulakan perniagaan dengan modal yang lebih rendah.

** merupakan pandangan dan pendapat peribadi penulis.

