BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Laju pertumbuhan ekonomi serta perubahan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia bisnis saat ini. Dalam beberapa tahun ini industri bisnis dalam bidang *Coffee Shop* mengalami peningkatan yang cukup baik. Sehingga kini kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern yang dimana salah satu manifestasi kehidupan modern ini adalah kebiasaan kelompok masyarakat tertentu untuk nongkrong di kafe atau *Coffee Shop*. Seorang pakar pemasaran mendukung hal tersebut yang berkata, "Ngopi bukan lagi sekedar untuk menghilangkan kantuk, tetapi sebagai bagian dari gaya hidup. Dimana *Coffee Shop* menjadi tempat kongkow yang amat diminati" (2008:27)

Munculnya *Coffee Shop* di berbagai kota besar menguntungkan pelaku usaha *Coffee Shop* dan pencari kerja, karena hadirnya *Coffee Shop* melahirkan fenomena social yang membuat *Coffee Shop* bukan lagi sekedar tempat untuk minum teh dan kopi atau sekedar menyantap makanan ringan sambil melepas kejenuhan akan aktivitas monoton orang-orang. melihat ada banyak peluang dan manfaat akhirnya banyak wirausahaan membuka dan menciptakan usaha baru yang sekaligus menciptakan persaingan antara *Coffee Shop* dengan ketat. Hal ini dapat dilihat dari mulai menjamurnya *Coffee Shop* yang ada di Indonesia, terutama di Kota Bandung.

Kota Bandung merupakan salah satu yang menjadi tren centre setelah Jakarta. Hal itu di sebabkan Kota Bandung menawarkan berbagai jenis hiburan wisata baik wisata sejarah, wisata alam, wisata belanja hingga wisata kuliner. Salah satu bisnis wisata kuliner yang marak di Kota Bandung adalah bisnis *Coffee Shop*. Sejak tahun 2019 perkembangan *Coffee Shop* meningkat pesat akibat kebutuhan masyarakat, terutama mahasiswa akan tempat berkumpul dan mengerjakan tugas yang ada. Banyak *Coffee Shop* dengan berbagai macam konsep atau ide-ide yang ditawarkan untuk pelanggan. *Coffee Shop* biasanya didominasi oleh penyajian makanan dan minuman yang bersifat ringan dan apabila dilihat dari harga, cenderung lebih murah dan dapat di jangkau oleh semua kalangan. Berdasarkan data dari pendata Kota Bandung di prediksi *Coffee Shop* 2020 tumbuh 15% dan sekarang berjumlah 341 coffe shop yang tersebar di 30 kecamatan Kota Bandung sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Coffee Shop di Kota Bandung

Kecamatan	Jumlah
Andir	9
Antapani	18
Arcamanik	2
Babakan Ciparay	9
Bandung Kidul	8
Bandung Kulon	11
Bandung Wetan	17
Batununggal	17
Bojongloa Kaler	15
Bojongloa Kidul	21
Buah batu	25
Cibeunying Kaler	12
Cibeunying Kidul	10
Cibiru	8
Cicendo	15
Cidadap	17
Cinambo	3
Coblong	27
Gegebage	14

Kiara Condong	**9**
Lengkong	**20**
Mandalajati	**2**
Panyileukan	**3**
Rancasari	**6**
Regol	**5**
Sukajadi	**11**
Sukasari	**10**
Sumur Bandung	**39**
Ujung Berung	**19**
Total	**341**

Sumber: Open Data Jabar (2020)

Keberadaan *Coffee Shop* untuk masyarakat seakan memiliki posisi tersendiri, hal tersebut menyebabkan pelanggan cenderung memilih *Coffee Shop* yang kekinian dan mengikuti tren lifestyle sehingga para pelaku usaha *Coffee Shop* dituntut untuk terus berkompetisi dan berinovasi dengan cara mengembangkan ide usaha mereka. Di tengah persaingan usaha *Coffee Shop* yang semakin kompetitif, di kecamatan sumur bandung adalah salah satu yang usaha *Coffee Shop*nya menjamur, karena beberapa daerahnya adalah daerah wisata yang biasanya di kunjungi banyak orang. contohnya adalah daerah jalan braga yang setiap sisi jalannya hampir di penuhi oleh *Coffee Shop* dan restoran. untuk hal itu bisa dibuktikan dari data di atas dimana kecamatan sumur bandung adalah satu-satunya yang memiliki jumlah *Coffe shop* di atas 30. Hal inilah yang menjadi alasan penulis melakukan penelitian di kecamatan sumur bandung. yang mana sesuai dengan minimum sample yang dibutuhkan untuk melakukan survey menurut cohen, et, al, (2007). Selain itu *Coffee Shop* yang berada di kecamatan sumur bandung juga mempunyai ide dan konsep *Coffee Shop* yang berbeda, dari segi interior, fasilitas dan bahkan jenis bubuk kopi yang di pakai. Berikut jumlah *Coffee Shop* yang tersebar di beberapa kelurahan pada kecamatan sumur bandung:

Tabel 1.2 Jumlah Coffee Shop di Kecamatan Sumur Bandung

Kelurahan	Jumlah
Babakan Ciamis	6
Braga	**16**
Kebon Pisang	**8**
Merdeka	**9**

Sumber: Open Data Jabar (2020)

Di tengah persaingan bisnis Coffee Shop yang semakin kompetitif, diperlukan strategi bisnis yang baik. Salah satu cara untuk dapat meningkatkan daya saing itu sendiri adalah dengan menentukan lokasi usaha yang strategis. Dengan pemilihan lokasi yang strategis diharapkan Keberhasilan usaha bisnis kuliner akan tercapai.

Kebutuhan akan Lokasi Usaha yang strategis meningkat pesat dan menjadi sebuah kewajiban dari suatu usaha untuk dapat bersaing di pasar yang saat ini sangat kompetitif. banyak studi menunjukkan bahwa ada sebuah korelasi kuat antara pertumbuhan usaha dan Lokasi Usaha. Lokasi Usaha akan memberikan nilai tambah dari perusahaan dalam keberhasilan usaha.

Dalam menjalankan sebuah bisnis, dibutuhkan kompetensi kewirausahaan yang akan berjalan bersamaan dengan perkembangan sebuah bisnis. menurut Charir (2016), kompetensi kewirausahaan merupakan pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang terhubung satu dengan lainnya yang diperlukan pengusaha untuk dilatih dan dikembangkan agar mampu menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya agar tepat sasaran sesuai dengan target pasar yang dituju.

Lokasi Usaha yang strategis sesuai kebutuhan usaha dan kompetesi kewirausahaan akan meningkatkan Keberhasilan Usaha unit usaha tersebut. menurut Aprizal

(2018), Keberhasilan Usaha merupakan strategi sebuah bisnis yang akan menguntungkan perusahaan untuk menciptakan peluang agar Keberhasilan Usaha di pasar lebih efektif. Keberhasilan Usaha dari unit usaha *Coffee Shop* akan menjadikan *Coffee Shop* tersebut lebih dipilih dibandingkan dengan *Coffee Shop* yang lain.

Tabel 1.3 1Hasil Survey Awal Keberhasilan Usaha

Pertanyaan	**Ya**	**Tidak**
Apakah Penjualan produk usaha Anda memiliki peningkatan dari waktu ke waktu?	9 60%	6 40%
Apakah usaha Anda selalu menghasilkan keuntungan	6 40%	9 60%
Apakah Keuntungan yang anda dapatkan selalu sesuai dengan target?	7 46%	8 54%
Apakah pendapatan usaha anda sudah menutupi biaya operasional usaha anda?	12 80%	3 20%

S*umber: Hasil kuesioner penulis terhadap pelaku usaha Coffee Shop di Kecamatan Sumur Bandung*

Hasil survey dengan beberapa pelaku usaha *Coffee Shop* tentang variable keberhasilan usaha pada 15 pelaku usaha *Coffee Shop* di kecamatan sumur bandung. Dapat dilihat bahwa pada hasil dari kuesioner tersebut dapat menghasilkan permasalahan yaitu “Apakah usaha Anda selalu menghasilkan keuntungan?” yang 60% pelaku usaha menjawab tidak, mereka mengatakan kalau usaha yang mereka jalankan sebenarnya cukup menguntungkan apalagi di zaman sekarang dimana Coffee Shop sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Namun besarnya biaya operasional usaha yang di bebankan membuat keuntungannya hanya cukup untuk untuk biaya operasional usaha saja. Berikut apalagi dengan adanya pandemic di masa sekarang, mereka mengaku bahkan hampir tidak bisa bertahan.

Lalu masalah lainnya ditemukan pada Kuesioner “Apakah Keuntungan yang anda dapatkan selalu sesuai dengan target?” di mana para pelaku usaha sebanyak 54% menjawab tidak. Hal itu disebabkan karena banyaknya beban operasional yang harus tertutupi seperti biaya sewa dan lain sebagainya.

Tabel 1.4 1Hasil Survey Awal Lokasi Usaha

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah lokasi usaha anda mudah dilalui sarana transportasi umum	9 60%	6 40%
Apakah lokasi usaha Anda berada di tempat yang mudah ditemukan?	12 80%	3 20%
Apakah lokasi usaha anda berada di daerah yang ramai dan mendukung untuk usaha anda?	10 67%	5 33%
Apakah Lokasi Usaha Anda terdapat banyak pesaing yang menjalankan usaha yang sama?	12 80%	3 20%

***S**umber: Hasil kuesioner penulis terhadap pelaku usaha Coffee Shop di Kecamatan Sumur Bandung*

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas, ditemukan permasalahn pada Kuisioner “Apakah Lokasi Usaha Anda terdapat banyak pesaing yang menjalankan usaha yang sama?” dimana pelaku usaha memutuskan menjawab Iya sebanyak 80% usaha mereka berada di Lokasi yang pesaingnya banyak. Lokasi usaha yang ramai pengunjung seperti di Kecamatan Sumur Bandung memanglah lokasi yang strategis untuk membangun usaha jenis ini, oleh sebab itu para pelaku usaha berusaha agar usaha mereka lebih mendapatkan banyak pengunjung daripada pesaing lainnya.

Tabel 1.5 Hasil Survey Kompetensi Kewirausahaan

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah Anda memiliki Pengetahuan Teknik dalam usaha yang Anda rintis?	15 100%	0
Apakah Anda tahu metode pemasaran yang paling tepat untuk usaha Anda?	7 46%	8 54%

Apakah Anda memiliki kemampuan manajemen keuangan dalam mengelola usaha anda?	12 80%	3 20%
Apakah Anda memiliki kompetensi konseptual akan produk usaha Anda, yang dapat membawa keberhasilan pada usaha anda?	10 67%	5 33%
Apakah Anda memiliki kompetensi pengambilan keputusan yang tepat jika usaha Anda melakukan aktivitas yang beresiko?	5 33%	10 67%

S*umber: Hasil kuesioner penulis terhadap pelaku usaha Coffee Shop di Kecamatan Sumur Bandung*

Berdasarkan table 1.5 di atas permasalahan ditemukan pada kuesioner "Apakah Anda tahu metode pemasaran yang paling tepat untuk usaha Anda?" yang 54% pelaku usaha menjawab tidak. Lalu masalah ditemukan dalam Kuesioner "Apakah Anda memiliki kompetensi pengambilan keputusan yang tepat jika usaha Anda melakukan aktivitas yang beresiko??" yang saling berhubungan. para pelaku usaha itu mengaku kalau mereka awalnya hanya melihat sebuah peluang bisnis dan hanya menghitung keuntungan usaha *Coffee Shop* mereka. Mereka mengetahui bahwasanya di setiap usaha akan selalu ada resiko, namun terkadang masalah yang datang bisa diluar apa yang sudah mereka perhitungkan sebelumnya. Seperti 2 tahun belakangan dimana terjadi pandemic corona yang membuat banyak kerugian untuk usaha mereka.

Berdasarkan latar belakang dan survey yang Penulis lakukan, penulis tertarik untuk memberi judul penelitian sebagai berikut;

"Pengaruh Lokasi Usaha dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha pada Coffee Shop di Kecamatan Sumur Bandung"

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas mengenai Lokasi Usaha dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha *Coffee Shop* di Kecamatan Sumur Bandung, maka dapat di identifikasi beberapa masalah yang terjadi sebagai berikut:

- Pelaku Usaha *Coffee Shop* di Kecamatan Sumur Bandung memiliki banyak pesaing yang menjalankan usaha yang sama.
- Pelaku Usaha *Coffee shop* di Kecamatan Sumur Bandung tidak mengetahui metode pemasaran paling tepat untuk usahanya, disamping itu juga para pelaku usaha tidak memiliki kompetensi pengambilan keputusan dalam melakukan aktivitas yang beresiko.
- Usaha *Coffee Shop* di Kecamatan Sumur Bandung tidak selalu menghasilkan keuntungan karena besarnya biaya operasional usaha mereka.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian yang dikemukakan oleh penulis di atas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Rumusan masalahnya antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Lokasi Usaha pada *Coffee Shop* di Kecamatan Sumur Bandung

2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kompetensi Kewirausahaan pada *Coffee Shop* di Kecamatan Sumur Bandung
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha pada *Coffee Shop* di Kecamatan Sumur Bandung.
4. Seberapa besar Pengaruh Lokasi Usaha dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada *Coffee Shop* di Kecamatan Sumur Bandung

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data dan informasi yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam perumusan masalah mengenai Lokasi Usaha dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada *Coffee Shop* di Kecamatan Sumur Bandung

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Lokasi Usaha pada *Coffee Shop* di Kecamatan Sumur Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kompetensi Kewirausahaan pada *Coffee Shop* di Kecamatan Sumur Bandung

3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha pada *Coffee Shop* di Kecamatan Sumur Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Lokasi Usaha dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha *Coffee Shop* di Kecamatan Sumur Bandung.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

Berdasarkan dari tujuan dilakukan penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Hasil penelitian ini diharapkan berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi semua kalangan baik bagi aspek keilmuan (teoritis) maupun bagi aspek guna laksana (praktis).

1.4.2. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi ilmu ataupun acuan dalam melakukan penelitian yang akan datang.

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dan pengumpulan data yang dilakukan penulis bertempat pada *Coffee Shop* yang tersebar di Kecamatan Sumur Bandung

No.	***Uraian***	***Waktu Kegiatan***																							
		Oktober				***November***				***Desember***				***Januari***				***Februari***				***Maret***			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Survery Tempat Penelitian																								
2.	Melakukan Penelitian																								
3.	Mencari Data																								
4.	Membuat Proposal																								
5.	Seminar																								
6.	Revisi																								
7.	Penelitian Lapangan																								
8.	Bimbingan																								
9.	Sidang																								