

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha yang menarik dan lahir dari seseorang individu atau Enterpreneur yang mempunyai keinginan dan mengambil hasil peluang dari dalam dengan menggunakan keahlian dan kemampuan Individualisme untuk menciptakan sesuatu nilai. Banyak sekali Wirausahawan yang memiliki potensi semangat tinggi untuk menunjukkan sifat kepemimpinan dan berjiwa Wirausaha untuk memimpin revolusi ekonomi yang telah dibuka dan akan meningkatkan standar hidup masyarakat di dunia.

Pada saat ini analisis lingkungan internal bisa memberikan gambaran terhadap perusahaan yang memiliki kekuatan atau kelemahan di bidang manajemen produksi, operasi pemasaran dan distribusi, organisasi sumber daya manusia, keuangan dan akuntansi. Juga ada tujuan yang dilakukan analisis internal adalah untuk mendapatkan kekuatan yang bisa digunakan juga mempunyai faktor kelemahan yang akan diantisipasi keberadaannya.

Definisi kopi adalah suatu jenis tumbuhan yang dibuat minuman dengan sifat psikostimulant sehingga menyebabkan seseorang yang meminumnya akan tetap terjaga (susah tidur), mengurangi kelelahan atau stress saat bekerja, serta mampu untuk memberikan efek fisiologis yakni energi, Bhara L.A.M (2005) . Selain faktor yang mempengaruhi pertumbuhan usaha Coffeshop adalah lingkungan bisnis secara internal, atau bisa dilihat dari aspek lingkungan internal internal nya.

Coffeshop bisa memiliki beberapa ancaman karena banyaknya pesaing baru yang memiliki keunggulan dari suasana tempat, citarasa, dan keramahan penjual. Maka dari itu Coffeshop harus terus berupaya untuk meningkatkan fasilitas, pelayanan, dan produk pengelolaan seperti kopi Aceh yang sudah terkenal karena bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggannya.

Saat ini minum kopi atau nongkrong telah menjadi kebiasaan masyarakat khususnya pemuda pemudi Indonesia untuk bersantai atau refreshing. Indonesia adalah salah satu penghasil biji kopi terbaik di dunia, dari beberapa daerah yang terkenal dengan biji kopinya adalah Aceh, Lampung, Medan, Jawa, Tarnate, Sulawesi, dan Flores. Saat ini usia penikmat kopi di Indonesia hampir tidak pandang usia karena mulai dari remaja hingga dewasa bahkan manula sangat suka terhadap kopi. Kopi juga adalah konsumsi harian atau merupakan bagian makanan dan minuman sehari-hari masyarakat di Indonesia, bahkan pengunjung dari luar atau turis dapat menikmati kopi.

Perilaku masyarakat pergi ke Coffeshop saat ini telah memasuki kawasan kota-kota besar seperti Bandung. Perilaku ini juga seperti tidak berbeda dengan warung kopi pinggir jalan karena sudah lama masyarakat suka minum kopi. Pertumbuhan Coffeshop di Bandung tidak lepas dari seorang yang memimpin dan bertanggung jawab dalam mengatur atau memimpin pegawai pegawai kafe sehingga menciptakan kinerja yang bagus dan efisien.

Salah satu lokasi yang memiliki prospek yang cukup baik dan berkembang dalam bidang usaha yaitu Kabupaten Bandung Barat. Kabupaten Bandung Barat

merupakan salah satu kabupaten yang sudah didorong oleh pemerintah desa untuk memiliki dan mengembangkan sektor-sektor yang ada, hal tersebut mengakibatkan perekonomian di Kabupaten Bandung Barat semakin berkembang tiap tahunnya. Peningkatan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bandung Barat berdampak sangat penting bagi perekonomian di Jawa Barat. Perekonomian di Kabupaten Bandung Barat ini memiliki banyaknya tempat-tempat wisata dan sentra khusus yang menjual produk yang menjadi pusat wisata yang harus dikunjungi karena menjual produk dengan harga yang murah dan banyaknya pilihan. Selain sektor wisata yang menghasilkan banyak pendapatan bagi pengusaha, terdapat juga UMKM yang menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat. Menurut Sartika, S & Handayani, T (2021) memaparkan bahwa industri kecil dan menengah adalah bisnis atau usaha yang menjadi perhatian bagi pemerintah serta kalangan masyarakat luas dalam upaya meningkatkan perekonomian nasional agar bangkit dari keterpurukan. Selain itu, para pengusaha juga terus menerus mengembangkan usahanya agar dapat bersaing dengan pesaingnya serta menjadikan usahanya lebih maju dimasa depan. Saat ini terdapat banyak UMKM yang berdiri dengan melihat peluang dari kebutuhan usahanya yang dapat memiliki potensi perkembangan usaha, hal tersebut dikarenakan para pengusaha melihat prospek yang baik untuk masa yang akan datang (Soegoto, E. S dan Santy, R. D, 2013).

Karakteristik Kewirausahaan dan lingkungan bisnis internal pada suatu coffeshop menjadi pengaruh dominan dalam menghadapi pengaruh lingkungan bisnis yang memiliki ancaman bagi pertumbuhan usaha Coffeshop selama ini.

Tabel 1.1
Survey Awal Kemampuan Wirausaha

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
A	Inisiatif dan proaktif				
1	Apakah anda mampu mengenali kesempatan dan memanfaatkannya sehingga menghasilkan perubahan ke arah yang lebih baik.	26	87%	4	13%
B	Berani mengambil resiko				
2	Apakah anda mampu untuk menjamin kehidupannya dimasa depan	8	27%	22	73%
C	Berorientasi Pada prestasi				
3	Apakah anda mampu membuat sebuah ide baru untuk usaha	23	77%	7	23%
D	Komitmen pada berbagai pihak				
4	Apakah anda memiliki keingan untuk memunculkan keberhasilan dalam berwirausaha	27	90%	3	10%

Tabel 1.1 berdasarkan survey awal pada 30 responden pelaku usaha coffeshop di kecamatan lembang, mengetahui Bahwa variabel kemampuan wirausaha memiliki permasalahan yaitu pada point 2 sebanyak 73% menurut para pelaku pelaku usaha menjawab “Tidak”, Karena menjamin kehidupan di masa depan tidak akan menjamin pada masa sekarang, di mana Sekarang masih masa di mana untuk membiasakan diri atau mengubah suasana yang pernah ada sebelum masa Pandemi. Oleh karena itu para pelaku usaha membuat kopi shop atau kedai

untuk para penikmat kopi atau kebanyakan anak remaja yang suka nongkrong dan mengerjakan tugas bersama teman temannya di tempat yang nyaman seperti kopi shop. Para pelaku usaha tidak akan mengetahui untuk kehidupan di masa depan karena para pelaku usaha itu melihat perkembangan dari hari kehari meskipun ada kerugian atau Sedang menerima keuntungan. Jadi para pelaku usaha sedikit demi sedikit mengembangkan usahanya untuk memperbaiki sistem ekonomi Indonesia yang sekarang mulai membaik.

Kemudian sebagian para pelaku usaha atau responden menjawab “Tidak” untuk permasalahan ide baru pada usaha mereka pada Nomor 2, dikarenakan rata rata seorang pengusaha kopi shop itu menjual kopi yang Kebanyakan macam-macam atau produk yang dihasilkan sama. Meskipun pada suatu usaha kopi shop tersebut memiliki ke perbedaan pada kopi shop lain namun pada dasarnya produk yang dimiliki atau Pasarannya sebuah usaha kopi shop itu sama. Mereka lebih membuat ide baru pada tempat yang di mana akan membuat seorang konsumen atau pembeli merasa nyaman dan ingin kembali ke tempat usaha Coffeshop tersebut.

Meskipun coffeshop di lembang kabupaten bandung barat masih jarang, namun lembang sudah sangat dikenal akan tempat wisata dan pada umumnya tempat wisata di dalamnya memiliki coffeshop. Saat ini perkembangan coffeshop dari tahun ketahun semakin meningkat, karena remaja saat ini banyak yang berminat membuka coffeshop. Meskipun tidak sedikit modal yang dikeluarkan , tetapi daya Tarik untuk membuka coffeshop sangat besar peluangnya bagi pembisnis.

Tabel 1.2
Survey Awal Karakteristik Wirausaha

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
A	Percaya Diri				
1	Apakah anda memiliki sikap dan keyakinan terhadap usaha yang telah didirikan?	26	87%	4	13%
B	Kepemimpinan				
2	Apakah ada percaya diri untuk meningkatkan sebuah motivasi baru dalam sebuah usaha?	27	90%	3	10%
C	Keorisinalitas				
3	Apakah anda memiliki kemampuan untuk membuat sebuah inovasi baru dalam usaha?	18	60%	12	40%

Tabel 1.2 Berdasarkan hasil survei awal pada 30 responden usaha coffeshop di kecamatan lembang untuk mengetahui permasalahan yang terjadi mengenai tugas dan hasil maka para responden menyatakan bahwa 40% pengusaha belum mampu untuk meningkatkan kemampuan membuat sebuah inovasi baru dalam usaha. Karena sebuah ide atau inovasi baru dapat terjadi jika pelaku usaha dapat menerima masukan dari orang lain atau dari kerabatnya yang bisa membuat Sebuah inovasi yang baru atau bisa juga pelaku usaha membuka atau menambah karyawan baru untuk penambah wawasan dan Menambah kreativitas sebuah usaha. Kopi

merupakan salah satu komoditas yang memberikan sumbangan yang cukup besar bagi devisa negara, menjadi produk ekspor dari sektor perkebunan yang mempunyai peran penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Dalam mata rantai produksi kopi, mulai dari petani yang menghasilkan biji kopi, roaster yang berperan penting dalam proses penyangraian, barista yang bekerja dalam penyeduhan kopi, dan segala jenis pekerjaan yang berkaitan dengan proses pemasaran kopi merupakan pemilik peran dalam peningkatan ekonomi masyarakat Indonesia.

Tabel 1.3
Survey awal Keunggulan Bersaing

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
A	Harga bersaing				
1	Apakah harga bersaing merupakan hal yang paling penting dalam keunggulan bersaing?	27	90%	3	10%
B	Ekplorasi peluang				
2	Apakah anda mampu membuat peluang pada perkembangan dari sumber daya yang ada?	23	77%	7	23%
C	Pertahanan Ancaman Bersaing				
3	Apakah ancaman bersaing bisa mempengaruhi keunggulan pesaing bisnis?	27	90%	3	10%
D	Hubungan Pelanggan				
4	Apakah anda bisa memenuhi pelanggan dengan pelayanan yang sudah di sediakan ?	13	43%	17	57%

Tabel 1.3 Berdasarkan hasil survey awal pada 30 responden usaha coffeshop di lembang mereka sangat minim dalam memenyingkan sistem manajemen terhadap hubungannya kepada konsumen atau pelanggannya. 57% menjawab “tidak” Meskipun rata rata pelayanan yang sudah disediakan oleh pelaku usaha sudah memenuhi standar, tetapi Selalu ada konsumen yang keluar dari standar tersebut di mana pelaku usaha lebih memperhatikan keinginan seorang konsumen. Maka dari itu pelayanan pada suatu usaha harus lebih di persiapkan agar tidak terjadi hal yang tidak Terduga atau Yang tidak diinginkan oleh pelaku usaha dan pelanggan.

Sifat karakteristik seseorang pengelola atau pengusaha bisa berpengaruh terhadap usaha yang sedang berjalan. Menurut Hamdani (2011:181) yaitu keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Hasil penelitian berhasil coffeshop adalah kedai kopi yang bertahan lebih dari lima tahun. Tercantum masalah umum dari coffeshop yang tidak bisa menghasilkan dengan cepat daya tarik konsumen mungkin akan mengalami kegagalan untuk bertahan selama lima tahun pertama. (Nadiri dan guna, 2013).

Hal tersebut membuat peneliti merasa tertarik untuk menetapkan obyek penelitian ini pada Coffeshop yang berada di Kabupaten Bandung Barat dengan judul **“Pengaruh Kemampuan Wirausaha dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Coffeshop Di Lembang Kabupaten Bandung Barat”**.

1.2 Identifikasi Masalah Dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti melakukan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Usaha CoffeShop mengalami penurunan tingkat produksi
2. Pemilik usaha Coffeshop banyak yang tidak melakukan pengembangan usaha yang telah ditetapkannya
3. Sebagian pemilik CoffeShop tidak merubah atau mengganti fasilitas di tempat tersebut.
4. Ada juga CoffeShop tidak mengalami peningkatan sama sekali dan pendapatan cenderung menurun.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responnden tentang Kemampuan Wirausaha pada Coffeshop di Lembang Kabupaten Bandung Barat
2. Bagaimana tanggapan responnden tentang Karakteristik Wirausaha pada Coffeshop di Lembang Kabupaten Bandung Barat
3. Bagaimana tanggapan responden tentang Keunggulan Bersaing pada Coffeshop di Lembang Kabupaten Bandung Barat
4. Seberapa besar pengaruh Kemampuan Wirausaha dan Karakteristik Wirausaha terhadap Keunggulan bersaing pada coffeShop baik secara parsial maupun secara simultan

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu seberapa banyak pengaruh Kemampuan Wirausaha dan Karakteristik wirausaha terhadap keunggulan bersaing di beberapa coffeshop di Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kemampuan Wirausaha pada Coffeshop di Lembang Kabupaten Bandung Barat
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Karakteristik Wirausaha pada Coffeshop di Lembang Kabupaten Bandung Barat
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Persaingan Usaha pada Coffeshop di Lembang Kabupaten Bandung Barat
4. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kemampuan Wirausaha dan Karakteristik wirausaha terhadap keunggulan bersaing Usaha pada coffeshop di Lembang Kabupaten Bandung Barat secara Parsial maupun secara Simultan

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan praktis

Bagi Objek Penelitian : Hasil dari Penelitian yang telah di lakukan oleh peneliti diharapkan akan membantu untuk memecahkan masalah-masalah yang

terjadi di coffesShop yaitu kemampuan wirausaha, Karakteristik wirausaha dan keunggulan bersaing.

Bagi peneliti : Dengan penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pengusaha coffeshop di Kabupaten Bandung Barat untuk pembelajaran agar usaha yang dilakukan dapat semakin baik.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Bagi pengembangan ilmu bisnis diharapkan dapat memberikan informasi serta referensi tentang ada atau tidaknya karakteristik wirausaha dan lingkungan internal terhadap kinerja usaha coffeshop di Kabupaten Bandung Barat.

1.5 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dan pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis pada kedai kopi atau coffeshop di wilayah Kabupaten Bandung Barat.

1.6 Waktu Penelitian

Tabel 1.4
Waktu Penelitian

No.	Bulan
-----	-------

	Uraian	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		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.	Survey Tempat Penelitian																								
2.	Melakukan penelitian awal																								
3.	Mencari data																								
4.	Membuat proposal																								
5.	Seminar																								
6.	Revisi																								
7.	Penelitian Lapangan																								
8.	Bimbingan																								
9.	Sidang																								

Sumber : Data yang diolah oleh peneliti, 2022

