

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengaruh wirausaha kecil, menengah, maupun besar tidak pernah lepas dari perkembangan ekonomi suatu Negara. Para pengusaha memberikan sumbangan yang besar terhadap pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di suatu Negara. Kewirausahaan merupakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam mengatasi usaha dan ataupun kegiatan yang dalam upaya, menerapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil resiko, kreativitas, inovasi serta meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh lebih banyak keuntungan.

Usaha mikro kecil dan menengah mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja yang sangat besar. Menurut Badan Pusat Statistik, pada 2018 jumlah UMKM mencapai 64 juta. Angka tersebut mencapai 99,9 persen dari keseluruhan usaha yang beroperasi di Indonesia. UMKM berkontribusi sebesar 60,3% dari total produk domestik bruto (PDB) Indonesia. UMKM juga menyerap 97% dari total lapangan kerja. (BPS, 2020).

Wirausaha adalah seseorang yang membuat keputusan yang membantu terbentuknya sistem ekonomi perusahaan yang bebas. Sebagian besar pendorong perubahan, inovasi, dan kemajuan perekonomian berasal dari para wirausaha, orang-orang yang berkemampuan untuk mengambil resiko dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Wirausahawan adalah seseorang yang mengorganisir, mengelola, dan mengasumsikan segala resiko pada saat dia memulai usahanya untuk mendapatkan keuntungan (Machfoedz, 2010).

Coffeeshop merupakan salah satu jenis usaha ritel modern yang menjual berbagai jenis pendistribusian produk dari produsen kepada konsumen. Sehingga keberhasilan usaha *coffeeshop* adalah implementasi strategi *relationship marketing* (pemasaran relasional) yang bertujuan membangun dan memelihara komitmen

pelanggan sebagai dasar bagi pencapaian tujuan organisasi yaitu keberhasilan (Utami, 2006).

Data International Coffee Organization (ICO) pada 2020 mencatat bahwa tren konsumsi kopi domestik di Indonesia terus meningkat selama lima tahun terakhir. Pada periode 2018-2019, jumlah konsumsi kopi domestik mencapai 4.800 kantong berkapasitas 60 kilogram (kg). Padahal, pada periode 2014-2015 jumlah konsumsi kopi domestik hanya 4.417 kantong. Kemudian, pada periode tahun berikutnya mencapai 4.550 kantong.

Zaman dahulu, orang – orang hanya menikmati kopi dirumah mereka sendiri, atau menyeduh kopi diwarung dipinggir jalan. Tapi sekarang kedai kopi atau yang biasa dikenal dengan sebutan *café/cofeeshop* sudah banyak dikenal dan menjadi suatu industri yang mempunyai potensi pasar yang baik. Industri *coffee shop* sendiri semakin marak dan akhir – akhir ini berkembang sangat pesat. Khususnya dikota – kota besar, termasuk di kota Padang. Masyarakat gemar menghabiskan waktu ataupun beraktifitas di *coffee shop*. Hal ini merupakan faktor utama kenapa *coffee shop* semakin diminati untuk diusahakan. Khususnya di Padang sendiri, kita akan mudah untuk menemukan *coffee shop* karena ada hampir disetiap sudut kota. Padang merupakan pasar yang potensial untuk usaha *coffee shop*, karena penduduknya yang mayoritas mahasiswa dan pekerja usia muda sangat gemar untuk beraktifitas ataupun sekedar nongkrong di *coffee shop*. Jadi, pergi ke kafe merupakan suatu gaya hidup.

Minat mengkonsumsi kopi di Indonesia meningkat selama 10 tahun terakhir. Berdasarkan data ICO (*International Coffee Organization*), tingkat konsumsi Indonesia tumbuh 44% dalam 1 dasawarsa terakhir (Oktober 2008-September 2019). Hal ini menunjukkan bahwa kopi merupakan komoditas yang digemari dan memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan. Sangat baik untuk diusahakan baik sektor hulu maupun hilirnya. Khususnya dalam sektor hilir, kopi telah banyak diolah menjadi bubuk kopi hingga kosmetik hingga industri kuliner berupa *coffeeshop*.

Minat mengkonsumsi kopi ini juga menjadi *trend* di daerah Padang, Sumatera Barat. Penikmat produk kopi ada dari berbagai kalangan, pelajar, mahasiswa, baik orang yang sudah bekerja. Orang-orang biasanya memilih *coffeeshop* sebagai tempat

untuk berkumpul, mengerjakan tugas, ataupun hanya sekedar bersantai sambil menikmati kopi. Hal ini juga terjadi karena kopi dapat dijangkau oleh semua kalangan, dan tersedia dalam berbagai variasi, *coffeeshop* juga merupakan tempat refreshing bagi beberapa orang. Untuk itu dapat dilihat usaha ini sangat potensial di Padang, sehingga banyak pelaku usaha yang tertarik untuk terjun ke bisnis ini. Bisnis *coffeeshop* di Kota Padang telah banyak melakukan inovasi dan variasi terhadap produk dan jasa yang mereka tawarkan. Bisnis ini menuntut pengusaha untuk berorientasi konsumen, sehingga pelayanan dan fasilitas harus sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini. Selain produk yang enak, suasana yang nyaman juga menunjang minat konsumen untuk datang.

Dengan semakin banyaknya pesaing dan semakin ketatnya lingkungan usaha, pengetahuan dan keahlian dalam berwirausaha sangat diperlukan bagi seorang wirausaha untuk dapat mempertahankan bisnisnya. Pengetahuan dan keahlian di bidang perusahaan itu di antaranya pengetahuan tentang pasar dan strategi pemasarannya, pengetahuan tentang konsumen, pengetahuan tentang pesaing/*rival* bisnis, baik yang baru maupun yang telah ada, pengetahuan tentang pemasok, pengetahuan tentang cara mendistribusikan produk yang dihasilkan, termasuk kemampuan menganalisis konsumen, mengidentifikasi segmentasi dan motivasinya. Selain itu, pengetahuan spesifik juga diperlukan seperti pengetahuan tentang prinsip-prinsip pembukuan, jadwal produksi, manajemen personalia, manajemen, keuangan, pemasaran, dan perencanaan (Setiawan, 2012:132).

Selain pengetahuan kewirausahaan, faktor yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha adalah karakteristik individu ataupun karakteristik wirausaha. Perbedaan karakteristik wirausaha pada diri setiap orang menciptakan kontribusi kinerja yang berbeda juga pada usaha. Menurut Wibowo (2013) karakteristik individu adalah uraian dari sikap dan minat, serta kebutuhan yang dibawa oleh seseorang atau individu dalam bekerja. Pengusaha dengan karakteristik yang baik akan lebih mudah dalam menyelesaikan pekerjaannya, dengan begitu kinerja yang dihasilkan menjadi optimal dan berpengaruh baik terhadap keberhasilan usaha. Begitupun sebaliknya,

wirausahawan dengan karakteristik yang buruk akan menghambat keberhasilan usaha dalam mencapai tujuan.

Bergerak di bisnis kopi serta *coffeeshop* bukan lagi merupakan hal yang baru. Melihat besarnya potensi, minat konsumen, serta keuntungan yang dijanjikan membuat pelaku usaha dibidang ini semakin bertambah. Namun untuk dapat bersaing, pengusaha-pengusaha ini harus memiliki strategi yang kuat untuk memajukan usahanya, serta dibutuhkan dasar-dasar yang kuat dalam berwirausaha, misalnya karakter dan pengetahuan wirausaha.

Berwirausaha adalah suatu kegiatan yang tidak pasti dan penuh resiko. Hasil dari usaha belum tentu sesuai dengan keinginan pengusaha. Tidak sedikit pengusaha yang mengalami kerugian dan akhirnya gagal. Tetapi banyak juga wirausahawan yang berhasil bertahan. Berhasil tidaknya pengusaha dalam mengelola ataupun memamanajemeni bisnis dapat dilihat dari berbagai indikator serta paramater tertentu.

Lima indikator keberhasilan usaha yaitu jumlah penjualan meningkat, hasil produksi meningkat, keuntungan atau profit bertambah, perkembangan dan pertumbuhan usaha berkembang cepat dan memuaskan. Keberhasilan usaha dapat diukur dari kemampuan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak konsumen yang menerima produk atau jasa yang ditawarkan, maka mereka semakin puas, dan ini berarti strategi yang dijalankan sudah cukup berhasil. Jika mampu meraih konsumen sebanyak mungkin bukan hanya satu-satunya ukuran bahwa strategi yang dijalankan sudah cukup baik. Masih ada lagi ukuran lainnya, misalnya banyaknya keuntungan yang diperoleh dan lain sebagainya (Kasmir, 2006).

Sudah dijelaskan sebelumnya bahwa konsumsi kopi saat ini semakin meningkat dari tahun ke tahun serta adanya fenomena usaha *coffeeshop* yang baru muncul semakin banyak, ini menunjukkan bahwa adanya persaingan diantara usaha *coffeeshop* di Kota Padang. Peneliti ingin melihat seberapa besar pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh para pelaku usaha, bagaimana karakteristik usaha yang dibutuhkan dalam berbisnis khususnya bisnis *coffeeshop*, apa saja manfaat berwirausaha, bagaimana menjadi wirausahawan yang sukses dan lain-lain. Dan juga penulis ingin melihat bagaimana pengetahuan wirausaha dan karakteristik individu dapat berpengaruh dalam

menunjang keberhasilan usaha. Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada usaha *coffeeshop* di Kota Padang sehingga di dapat dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha Coffeeshop Di Kota Padang”**

B. Rumusan Masalah

Keberhasilan dalam berwirausaha, dapat dicapai melalui strategi yang kuat. Tetapi lebih daripada itu, ada hal lain yang diperlukan oleh wirausahawan untuk meraih keberhasilan tersebut dan hal tersebut terdapat dalam diri pengusaha itu sendiri, yakni pengetahuan dan karakteristik berwirausaha. *Coffeeshop* yang sukses/berhasil adalah yang mempunyai daya saing. Dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang melihat potensi usaha *coffeeshop* ini, maka semakin kuat persaingan di bisnis ini. Tidak sedikit pelaku usaha yang mengalami kegagalan di bisnis ini. Untuk memenangkan persaingan itu pelaku usaha harus melihat ancaman dari para pesaing dan melihat peluang yang ada, serta menyusun strategi. Jika peluang tersebut dapat dilihat dan dimanfaatkan oleh pesaing, maka akan menjadi ancaman.

Saat sekarang ini kita tengah menghadapi suatu kondisi yang sangat merugikan bagi banyak orang, termasuk pelaku usaha, kondisi yang sangat tidak menguntungkan ini adalah pandemic covid-19. Dengan adanya kondisi yang seperti ini, usaha yang tak mampu beradaptasi dan tidak memiliki strategi bersaing yang bagus bisa saja gagal. Oleh karena itu dalam menghadapi kondisi seperti ini, suatu usaha harus mampu bertahan agar usahanya tidak gagal, untuk itu strategi yang kuat sangat diperlukan, untuk menjalankan strategi tersebut dibutuhkan pengetahuan dan karakteristik pelaku usaha yang baik untuk menentukan keputusan. Setelah peneliti melakukan survey sementara, peneliti menemukan beberapa *coffeeshop* yang masih tetap ‘eksis’ dan masih beroperasi dengan baik selama pandemi. Dan dapat dilihat, *coffeeshop* tersebut memiliki promosi yang baik serta mampu beradaptasi dengan kondisi sekarang.

Untuk meraih keberhasilan usaha, maka dipelukannya faktor – faktor internal yakni pengetahuan yang luas (baik tentang usaha, pasar, konsumen, pemasok, pesaing, dan lain-lain). Selain pengetahuan wirausaha. Melihat ketatnya persaingan usaha sekarang

ini, maka pengusaha harus memiliki bekal pengetahuan yang signifikan dengan kebutuhan untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan. Faktor internal lain yang dapat menunjang kesuksesan sebuah usaha adalah karakteristik individu yang baik (yang didasari oleh karakter dari wirausahawan itu sendiri). Wirausaha dituntut untuk selalu bersikap percaya diri, optimis, pekerja keras dan inovatif agar mampu membuat usahanya berhasil. Dari pemaparan diatas, penulis ingin melihat bagaimana dan seberapa besar pengaruh karakteristik individu dan pengetahuan wirausaha terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan informasi sementara yang penulis dapatkan dari salah seorang pelaku usaha *coffeeshop* sekaligus orang yang sudah lama berkecimpung di bidang kopi, yaitu Rima (30 Tahun) mengatakan bahwa pertumbuhan bisnis *coffeeshop* saat ini sangat meningkat, kira-kira sekitar 70% peningkatan dari tahun ke tahun. Terlihat dari banyaknya usaha kedai kopi yang baru dibangun (baik dari yang skala kecil hingga menengah). Bahkan dimasa pandemi seperti saat ini, beberapa *coffeeshop* ada yang tetap mampu mempertahankan posisinya, dan tetap beroperasi dengan sangat baik. Hal itu tentu saja dicapai dengan strategi yang tepat, inovasi, pengetahuan, serta karakteristik yang baik. Melihat meningkatnya fenomena *trend coffeeshop* dan ketatnya persaingan khususnya di kota Padang serta pentingnya jiwa kewirausahaan dan pengetahuan wirausaha dari pengusaha untuk mendorong keberhasilan usaha membuat penulis berkeinginan untuk meneliti lebih lanjut hal tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengetahuan wirausaha dapat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha?
2. Bagaimana karakteristik wirausaha dapat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh pengetahuan wirausaha terhadap keberhasilan usaha *Coffeeshop* di Kota Padang
2. Menganalisis pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha *Coffeeshop* di Kota Padang

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap pihak – pihak tertentu:

1. Bagi pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi agar kualitas dapat ditingkatkan dan menjadi evaluasi dalam strategi pengembangan usaha *coffeeshop*
2. Bagi pembaca, sebagai bahan referensi penelitian dengan topik yang relevan



