

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Coffe shop merupakan inovasi penyajian minuman *caffein* yang menawarkan rasa, tempat, dan fasilitas yang berbeda dari warung kopi tradisional. Umumnya warung kopi tradisional hanya menyajikan suguhan kopi dicampur gula serta seduhan air panas. Namun di *coffe shop*, berbagai jenis biji kopi dan olahan ditawarkan untuk konsumen. Selain itu memiliki konsep penyeduhan, model penyajian, dan rasa berbeda dari seduhan warung kopi tradisional.

Fenomena tumbuh *coffe shop* mengalami perkembangan karena banyak anak muda membangun usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan mencontoh model yang telah tenar sebelumnya di luar negeri. Semakin sempitnya lowongan pekerjaan yang tersedia membuat banyak kaum muda berwirausaha di berbagai sektor usaha, termaksud produk minuman. Di era globalisasi *trend* gaya hidup dan nilai-nilai perilaku konsumen mengkristal menjadi aktivitas sosial, seperti nongkrong di *coffe shop*.

Perkembangan saat ini *coffe shop* tumbuh berkembang pesat. Di kota-kota besar – kecil, mudah kita menjumpai *coffe shop* dengan fasilitas tempat, barang, harga, rasa, dan kualitas. Fasilitas yang tersedia setiap *coffe shop* berbeda-beda sehingga para pengunjung sebagai konsumen punya opsi tempat *nongkrong*. Berbagai fasilitas yang disediakan merupakan bagian dari seorang wirausahawan *coffe shop* untuk menggaet para pengunjung.

Pelaku usaha umumnya dipandang sebagai inovator wirausahaan. Wirausahawan harus bisa membaca kebutuhan dan keinginan konsumen agar betah dan secara tidak langsung menjadi alat promosi untuk menarik pengunjung baru untuk. *Coffe shop* tidak bisa lepas dari inovasi untuk menjaga usaha berkembang dan bertambahnya *income*. Dalam mewujudkan

hasil usaha, para pelaku usaha akan mempersiapkan seluruh kebutuhan usaha secara mandiri dan siap terhadap risiko yang menghadang.

Wirausaha dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2023) adalah proses mendirikan dan menjalankan bisnis atau suatu usaha mencakup tentang nilai, kemampuan (*ability*), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan. Sederhananya adalah kemampuan dalam artian usaha, aktifitas, aksi atau tindakan mengenali produk baru, menentukan cara produksi, menyusun operasi pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasi.

Tujuan wirausaha adalah untuk mendapat peluang, hambatan, perkiraan taksiran biaya, dan resiko dalam memulai usaha. Agar tujuan tercapai, seorang pemilik usaha harus memiliki jiwa kewirausahaan. Fenomena pertumbuhannya banyak coffe shop bisa dilihat anak-anak muda selaku pemilik usaha memiliki modal penting, yaitu jiwa membangun usaha. Jiwa usaha dimiliki keterkaitan dengan inovasi karena selaras dalam membangun usaha. Selarasnya keberhasilan usaha antara jiwa wirausaha dan inovasi menjadi modal utama agar bisnis coffe shop mampu memberi penghasilan untuk pemilik dan karyawan.

Menjalankan suatu usaha dibutuhkan antara lain jiwa *leadership* yang dapat mengelola bisnis, *open mind* dengan melihat potensi dan tantangan kedepan, dan kreativitas suatu usaha agar dapat bersaing di bidang usahanya. Sehingga menjadi wirausaha handal harus mempunyai jiwa disiplin, kreativitas dan inovasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan peluang pasar.

Inovasi merupakan salah satu pilihan para pemilik usaha dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Keadaan menuntut lahirnya pemikiran atau gagasan *fresh* dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan. Hal ini berpengaruh besar terhadap keberhasilan dalam menghadapi berbagai kompetisi persaingan usaha yang semakin berkembang.

Persaingan usaha dipasar dapat dimenangkan jika wirausaha dapat memenuhi kriteria-kriteria yang harus dimiliki. Kriteria tersebut antara lain menjalin hubungan dengan konsumen tentang produk yang dikonsumsi, tingkat kepuasan konsumen, kualitas dan harga jual produk pesaing sehingga informasi yang berhubungan dengan keinginan serta harapan konsumen dapat ditransformasikan dalam operasional perusahaan sehingga terciptalah produk yang berkualitas dengan harga yang murah adalah faktor yang mudah diketahui untuk memenangkan persaingan usaha.

Setiap tahunnya peluang usaha *coffe shop* mengalami *trend* pertumbuhan yang tinggi. Berbagai penelitian dan jurnal menjelaskan pertumbuhan *coffe shop*. Seperti penelitian Muawanah (2019) tentang Fenomena Maraknya *Coffe Shop* Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda di Kota Metro bahwa umumnya anak muda menjadikan *coffe shop* sebagai lokasi *hangout*, interaksi sosial, membangun komunikasi, dan tempat melepas waktu lelah di pekerjaan. Selain itu penelitian Rahhadiski (2022) melihat *coffe shop* diisi oleh anak muda berusia belasan hingga 30-an. Begitu pesatnya perkembangan *coffe shop* dari kota-kota besar kemudian berkembang hingga daerah ke kota-kota kecil, termasuk di Kota Gunungsitoli.

Kota Gunungsitoli merupakan sebuah daerah otonom yang berada di Pulau Nias dengan berbagai keberagaman perkembangan. Saat ini posisi Gunungsitoli berada di posisi sebagai daerah berkembang. Dalam hasil laporan akhir Profil Potensi Daerah Kota Gunungsitoli (2020) bahwa jumlah investasi 3 perusahaan di Gunungsitoli mencapai 22,8 miliar. Hal ini menjadi potensi menjadi tempat prospek membangun usaha, termasuk *coffe shop*.

Perkembangan zaman kini berbagai hasil dan bentuk wirausaha mudah diketahui. Dalam membangun usaha ada yang membangun jejaring *online* di berbagai jenis medsos atau memiliki tempat berdagang. Seperti penelitian Oktavia (2018:43) bahwa usaha *Coffe shop* merupakan model usaha sajian yang memiliki tempat suguhan kopi yang mempunyai konsep dan budaya

kekinian dengan umur pelanggan didominasi generasi Z hingga milenial di rentan usia 15-38 tahun.

Keberadaan tempat *ngopi* di Kota Gunungsitoli mendapat posisi tersendiri sebagai salah satu tempat alternatif aktifitas berkumpul atau tujuan yang lebih penting. Berbagai ragam pilihan yang ditawarkan membuat *coffe shop* memiliki nilai jual produk untuk anak muda. Saat ini *coffe shop* membuat gaya hidup baru yang lebih cair, tanpa disadari menjadi bagian dari warna kehidupan.

Telos Kopi merupakan salah satu *coffe shop* yang berada di Gunungsitoli. Sejak *coffe shop* ini dibuka, hampir setiap hari tempat ini tempat ini merupakan salah satu lokasi favorit anak muda untuk berkumpul bercengkrama atau mengerjakan tugas kantor dan kuliah. Berbagai sajian menu kopi dan olahan menjadi daya tarik bagi konsumen kopi, meski ada beberapa produk bukan kopi. Implementasi jiwa wirausaha *owner* Telos Kopi dan inovasi menjadi daya tarik penulis tertarik untuk dituangkan dalam penelitian skripsi.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah untuk menghindari bias pada pelaksanaan penelitian di lapangan maka yang menjadi fokus penelitian ini dibatasi mengenai produk. Dalam hal ini peneliti mengambil studi kasus di usaha Telos Kopi di Kota Gunungsitoli yang beralamat di Jalan Pattimura Lingkungan 1 Kelurahan Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini:

- a. Bagaimana implementasi jiwa wirausaha *owner* Telos Kopi dalam mengenalkan dan memasarkan produk usaha *coffe shop*?
- b. Bagaimana langkah *owner* Telos Kopi dalam menjalankan inovasi produk usaha *coffe shop* dengan baik?

- c. Bagaimana produk Telos Kopi dapat diterima oleh pelanggan *coffe shop* di Kota Gunungsitoli?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui untuk:

- a. Mengetahui implementasi jiwa wirausaha *owner* Telos Kopi dalam mengenalkan dan memasarkan produk usaha *coffe shop*.
- b. Mengetahui langkah *owner* Telos Kopi dalam menjalankan inovasi produk usaha *coffe shop* dengan baik.
- c. Mengetahui produk Telos Kopi dapat diterima oleh pelanggan *coffe shop* di Kota Gunungsitoli .

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dalam penelitian dengan judul Implementasi Jiwa Wirausaha dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha *Coffe Shop* (Studi Kasus Telos Kopi di Kota Gunungsitoli) antara lain:

- a. Teoritis

Secara teoritis penulis menyampaikan manfaat yang didapatkan antara lain:

- 1. Bagi Peneliti

Manfaat yang didapatkan oleh peneliti adalah menambah wawasan keilmuan khususnya yang berkaitan dengan mata kuliah kewirausahaan

- 2. Bagi Tempat Penelitian

Manfaat yang didapat oleh peneliti adalah menambah pengetahuan dan rekomendasi pengelolaan tempat usaha untuk lebih baik

- 3. Bagi Perguruan Tinggi

Manfaat yang didapat oleh perguruan tinggi adalah untuk memberi sumbangan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan penelitian sebagai bagian dari tri dharma perguruan tinggi

b. Praktis

Secara praktis adalah untuk memberi kemudahan kepada wirausahaan pemula dalam menjalankan usaha *coffe shop*.