

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan perkembangan zaman dan kehidupan, serta kebudayaan masyarakat yang terus mengalami perubahan dalam perkembangan teknologi yang sangat pesat. Maka hal ini mempengaruhi perekonomian dan pembangunan kearah yang lebih baik lagi. Perkembangan ini juga berdampak terhadap usaha kecil maupun menengah keatas.

Usaha kecil ini disebut juga dengan UMKM (usaha mikro kecil dan menengah), usaha kecil menjadi wadah yang tepat bagi para pencari kerja, rakyat miskin bahkan menjadi tren bagi halayak ramai sebagai nilai tambah untuk meningkatkan perekonomian pribadi maupun keluarga. Keputusan Menteri Keuangan No. 40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003 mengatur bahwa usaha mikro merujuk pada usaha produktif yang dimiliki oleh keluarga atau individu warga negara Indonesia, dan pendapatan penjualan maksimal yang diperbolehkan adalah sebesar Rp100.000.000,- (Seratus juta rupiah) per tahun. Usaha mikro dapat berkembang menjadi usaha makro. Hal seperti ini dapat dikatakan bahwa usaha yang dijalankan sehat, sejahtera dan berkembang. Perkembangan usaha melibatkan kumpulan konsep yang kokoh dan teknik yang digunakan untuk meningkatkan efektivitas organisasi dan kesejahteraan individu (French, 2018).

Adapun beberapa faktor pendukung dari pengembangan usaha adalah motivasi usaha, kompetensi usaha, pengalaman usaha maupun kreatifitas dalam

mengembangkan usaha.

Saat ini, bisnis makanan atau bisnis kuliner mengalami pertumbuhan yang sangat cepat dan tinggi di seluruh dunia, seperti yang disebutkan oleh Mandasari et al. (2019). Pertumbuhan yang pesat di industri jasa makanan dan minuman juga mendorong berkembangnya berbagai konsep baru dalam bisnis tersebut, termasuk konsep penataan tempat yang menarik dan inovatif. Salah satu jenis usaha yang sedang sangat populer di kalangan anak muda saat ini adalah usaha di bidang kedai kopi atau coffee shop, seperti yang diungkapkan oleh Alfirahmi (2019).

Kedai kopi dianggap sebagai restoran informal. Mereka sering berlokasi di hotel dan buka sepanjang waktu. Namun, sebagai akibat dari evolusi industri dan semakin kompleksnya kebutuhan pelanggan, kedai kopi telah berkembang menjadi restoran informal yang menyajikan makanan, minuman, dan minuman. menyediakan lokasi untuk beristirahat yang bukan merupakan bagian penting dari sebuah hotel tetapi memberikan layanan yang sama.

Idenya berbeda dengan kedai kopi tradisional, yang terutama ditujukan untuk menjual minuman, meskipun orang mungkin berpendapat bahwa kedai kopi semakin mengadopsi model yang secara konseptual mirip dengan kafe. Ketika Jerry Baldwin, Zev Siegel, dan Gordon Bowker membuka *Starbucks Coffee* pada tahun 1971 di Seattle, Washington, Amerika Serikat, mereka adalah orang pertama yang membuka bisnis kedai kopi kepada dunia. Hingga hari ini, *Starbucks Coffee* adalah satu-satunya bisnis kopi yang memiliki lebih banyak lokasi daripada pengecer kopi lainnya di mana pun di dunia.

Dari lokasi paling pedesaan hingga paling metropolitan, masyarakat

Indonesia telah mengunjungi kedai kopi selama ratusan tahun. Orang-orang yang tinggal di kota sering sarapan di restoran dan kedai kopi yang terletak di lingkungan metropolitan. Setelah petani dan petani kembali dari ladang masing-masing di sore hari, kedai kopi di pedesaan sibuk dengan aktivitas karena berfungsi sebagai tempat mereka untuk berbicara satu sama lain. Kemudian, mulai tahun 2002, sejumlah besar kedai kopi lokal telah dibuka di berbagai kota di seluruh Indonesia. Kedai kopi ini berkisar dari yang terletak di pinggiran kota dan menawarkan pilihan kopi yang diseduh dengan metode sederhana hingga yang terletak di distrik perbelanjaan kelas atas

Khususnya dikawasan kota Tanjungpinang, salah satu usaha kecil yang berkembang adalah usaha kedai kopi. Usaha kedai kopi di Tanjungpinang sangat berkembang. Hal ini dapat dilihat dari beberapa faktor :

1. Banyaknya pencinta kopi di tanjungpinang
2. Banyaknya mahasiswa yang menjadikan kedai kopi sebagai tempat tongkrongan dan membuat tugas kuliah.
3. Banyaknya para pekerja menjadikan kedai kopi sebagai tempat bertemu dengan rekan kerja
4. Banyaknya warung kopi yang sudah menggunakan wifi ,sehingga banyak anak muda berkumpul di kedai kopi untuk bermain game online.
5. Dan faktor-faktor lainnya.

Di lihat dari faktor-faktor di atas dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kota Tanjungpinang tidak bisa dipisahkan dengan kebiasaan minum kopi. Usaha kedai kopi tumbuh sejalan dengan gaya hidup masyarakat. Pernyataan ini dapat

dilihat dari data dinas tenaga kerja koperasi dan usaha mikro kota Tanjungpinang di kecamatan Tanjungpinang Barat saja sebanyak 28 data yang terlampir .

NO	NAMA PEMILIK	ALAMAT	JENIS USAHA
1	Sunfa	JL.Tugu Pahlawan RT.01 / RW.01	Kedai kopi
2	Susyana	JL.Tugu Pahlawan RT.02 / RW.1	Kedai kopi
3	Abd.Salam	JL. Tugu Pahlawan RT.04/RW.3	Kedai kopi
4	Herman	JL.Dr.Sutomo. RT.7/RW.VI	Kedai kopi
5	Yanti	JL.Dr.Sutomo. RT.7/RW.VI	Kedai kopi
6	Yeni	JL.Dr.Sutomo. RT.8/RW.VI	Warung kopi
7	Oyon	JL.Dr.Sutomo. RT.8/RW.VI	Warung kopi
8	Novi Purnawati	JL.Kampung Bukit RT.3 / RW.VII	Warung kopi
9	Normanto Narto	Jl.Brigjen Katamso RT.02/RW.08	Warung kopi
10	Aisyah Irawan	Jl.Kemboja No.53 RT.05/RW.13	Warung kopi
11	Tan Mui Sui	Jl.Ptg.Lembu No.63 RT.02/RW.09	Warung kopi
12	Munir/Aik Meng	Jl.Ptg.Lembu No.8b RT.02/RW.11	Warung kopi
13	Sabran	Ptg.Lembu No.25 RT.01/RW.09	Warung kopi
14	Fun Lai Tjuan	Jl.Ptg.Lembu No.51 RT.02/RW.09	Warung kopi
15	Indarto	Jl.Bakar Batu No.61 RT.01/RW.12	Warung kopi
16	Yumi	Jl.Tambak No.157 RT.03/RW.04	Warung kopi
17	Hengki Als Go Boe Ling	Jl.Bakar Batu No.08a RT.01/RW.05	Warung kopi
18	Susana Bellen Yuson	Jl.Bakar Batu No.64 RT.02/RW.05	Warung kopi
19	Missa Nita	Jl.Bakar Batu No.8a RT.01/RW.05	Warung kopi
20	Marzuki Ahmad	Jl.H.Agus Salim RT.02/RW.XI	Warung kopi
21	Hartiyah	Jl.Sumatera No.186 RT.04/RW.V	Warung kopi
22	Ismail Ibrahim	Jl.H.Agus Salim RT.01/RW.III	Warung kopi
23	Hamdan AJ	Jl.Beringin RT.03/RW.IX	Warung kopi
24	Khotimah	Jl.Sumatera RT.01/RW.VII	Warung kopi
25	Hendri	Jl.Soekarno Hatta RT.04/RW.IX	Warung kopi
26	Aleng	Jl.Soekarno Hatta RT.04/RW.IX	Warung kopi
27	Indri	Jl.Soekarno HattaNo.52 RT.04/RW.IX	Warung kopi
28	Ryan wijaya	Jl.Soekarno Hatta No.47 RT.04/RW.IX	Warung kopi

Tabel 1.1

Daftar Jumlah Warung Kopi di Kecamatan Tanjungpinang Barat

Sumber : Dinas tenaga kerja koperasi dan usaha mikro kota Tanjungpinang 2023

Terlepas dari kenyataan bahwa kopi adalah penawaran utama, warung kopi *One Four* yang berada di jalan Jl. Soekarno Hatta No.52 RT.04/RW.IX adalah perusahaan kuliner dengan nuansa kontemporer yang menyediakan berbagai menu kopi dan juga makanan. Untuk dapat merebut atau menarik perhatian pelanggan dan untuk mengimbangi ketatnya persaingan dalam dunia bisnis, berbagai strategi telah diterapkan pada warung kopi *One Four*. Strategi tersebut mulai dari tempat modern yang memberikan kesan mewah hingga pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan untuk loyalitas pelanggan dan cita rasa makanan. salah satu yang sangat baik. Namun, sebagai akibat dari peningkatan jumlah saingan, warung kopi *One Four* kurang berhasil sebagai, akibat dari kurangnya inovasi yang memungkinkannya untuk terus berkembang, yang menyebabkan penurunan omset atau pendapatannya.

Dari permasalahan yang terjadi di atas. Maka peneliti tertarik untuk mengangkat atau melakukan penelitian yang berjudul **“Pengembangan Usaha Pada Warung Kopi One Four di Kecamatan Tanjungpinang Barat”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Dibutuhkan Strategi yang diterapkan dalam mengembangkan bisnis Warung Kopi One Four Di Kecamatan Tanjungpinang Barat.
2. Perlunya strategi yang tepat/cocok bagi Warung Kopi One Four Di Kecamatan Tanjungpinang Barat.

3. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam pengembangan bisnis Warung Kopi One Four Di Kecamatan Tanjungpinang Barat?

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka penulis dapat memaparkan dan mengambil beberapa masalah yang akan dituangkan dalam rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi yang diterapkan dalam mengembangkan bisnis Warung Kopi One Four Di Kecamatan Tanjungpinang Barat?
2. Bagaimana strategi yang tepat/cocok bagi Warung Kopi One Four Di Kecamatan Tanjungpinang Barat?
3. Adanya kendala-kendala yang dihadapi dalam pengembangan bisnis Warung Kopi One Four Di Kecamatan Tanjungpinang Barat.

1.4 Pembatasan Masalah

Dengan pertimbangan kepentingan peneliti, kebebasan waktu dan kemampuan peneliti, maka peneliti perlu untuk membatasi masalah dalam penelitian ini sehingga permasalahan dapat dikaji dan difokuskan dengan memberikan batasan penelitian yang meliputi:

1. Penelitian ini menggunakan variable independen yaitu pengembangan usaha.
2. Data yang peneliti ambil berdasarkan usaha kedai kopi yang terdaftar pada dinas tenaga kerja, koperasi dan usaha mikro Kota Tanjungpinang.
3. UKM yang diteliti adalah UKM yang aktif dan berada dibawah naungan dinas tenaga kerja, koperasi dan usaha mikro Kota Tanjungpinang.

4. Ruang lingkup yang peneliti ambil hanya usaha kedai kopi di wilayah Tanjungpinang Barat yang ada di Kota Tanjungpinang.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui rencana perluasan usaha yang dilaksanakan untuk Warung Kopi One Four Di Kecamatan Tanjungpinang Barat
2. Untuk menentukan rencana yang sesuai untuk Warung Kopi One Four Di Kecamatan Tanjungpinang Barat
3. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi Bisnis Warung Kopi One Four Di Kecamatan Tanjungpinang Barat

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan untuk menambah wawasan dan dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Adapun manfaat penelitiannya sebagai berikut :

1. Pada tingkat ilmiah, diharapkan penelitian ini akan memperluas pengetahuan dan pemahaman tentang cara-cara di mana metode pengembangan perusahaan dapat digunakan oleh Warung Kopi One Four Di Kecamatan Tanjungpinang Barat untuk meningkatkan hasil penjualan. Selain itu, temuan penelitian ini dapat menjadi sumber bahan referensi bagi para sarjana masa depan dan pihak lain yang relevan dengan topik ini.
2. Dalam arti praktis, penelitian ini diharapkan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada Program Studi Manajemen

3. Bisnis yang ditawarkan oleh Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Maritim Raja Ali Haji. Selain itu, penelitian ini berpotensi memberikan masukan positif bagi perkembangan bisnis kedai kopi dengan meningkatkan daya tarik kedai kopi. pelanggan untuk mendapatkan tingkat pendapatan yang mendekati ideal.
4. Secara teoritis, penelitian ini akan memberikan pemahaman tentang bagaimana strategi Warung Kopi One Four Di Kecamatan Tanjungpinang Barat dalam mengelola dan memperluas perusahaannya diimplementasikan dalam praktik.
5. Bagi masyarakat sebagai informasi tambahan tentang pentingnya mendirikan usaha kedai kopi sebagai aset ekonomi bagi masyarakat.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai penulisan penelitian ini, maka disusun sistematika penulisan yang berisi informasi materi mengenai penelitian ini. Adapun sistematika dalam proposal ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Bab ini berisi uraian tentang landasan-landasan teori yang berkaitan

dengan kajian teori, review penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, pengembangan hipotesis dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran penelitian akan dilaksanakan dan berisikan rincian mengenai jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, serta teknik analisis data

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan serta saran dari penelitian yang dilakukan

