

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Coffee shop pada awal mulanya menyediakan tempat untuk minum kopi dengan cepat. Akan tetapi, karena perkembangan dan banyaknya minat dari pelanggan yang semakin lama semakin meningkat dan tidak ada habisnya, berkembanglah coffee shop menjadi seperti sekarang ini. Pada awalnya, minum kopi adalah kebiasaan masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu. Karena Indonesia sendiri adalah negara penghasil biji kopi terbaik di seluruh dunia. Coffee shop sendiri sudah menjadi lahan bisnis yang menjanjikan, pertumbuhan coffee shop di Indonesia sendiri telah menjamur diberbagai kota-kota besar dan kota-kota kecil sekalipun telah memiliki banyak gerai kopi yang menjamur, meskipun masih memiliki standar dan pasar yang berbeda. Sejarah dari coffee shop yang modern ini berasal dari Amerika, di mana ciri pelayanan dan penyajiannya secara cepat. Makanan yang biasanya sudah dipersiapkan dalam satu piring atau yang juga biasa disebut "ready on the plate" dan dengan istilah pelayanannya yang disebut American Servis. Coffee shop ini dikategorikan ke dalam restoran yang informal dan terkadang buka hingga 24 jam.

Penelitian menyimpulkan bahwa pengertian Coffee shop yakni adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman dan dilengkapi dengan alunan musik, baik itu lewat audio ataupun live music, desain interior yang khas, pelayanan yang ramah dan beberapa di antaranya menyediakan koneksi internet nirkabel atau WiFi. Coffee shop juga saat ini tidak hanya tempat untuk menikmati kopi tetapi juga bisa menjadi tempat mengerjakan tugas, tempat untuk berfoto, tempat untuk bertemu rekan kerja, dan tempat untuk menonton acara musik seperti nonton konser. Pada saat ini kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern. Banyak orang pergi ke coffee shop bukan hanya karena ingin mencicipi kopi yang khas dari coffee shop tersebut melainkan untuk menghabiskan waktu dan bersantai dengan rekan-rekannya maupun dengan keluarga. Untuk mempertahankan usaha coffee shop ini agar tetap maju dan terus bertahan maka perlu adanya peningkatan dalam kualitas kebersihan makanan, kualitas

pelayanan, dan promosi harga yang akan mengacu kepada kepuasan konsumen. Kebersihan makanan adalah masalah kebersihan yang menyangkut pada makanan yang harus dijaga supaya makanan tidak terkontaminasi bakteri sehingga orang yang memakannya akan terhindar dari penyakit. Oleh karena itu, suatu bisnis dan usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman harus memiliki kualitas kebersihan makanan yang baik agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Mengurangi tingkat kemiskinan dipedesaan atau dengan kata lain diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan. Berdasarkan tingkat produktivitas dan kebutuhan untuk meningkatkan populasi UMKM, maka pengembangan UMKM dalam meningkatkan produktivitas harus lebih mendapat perhatian. Peningkatan kapasitas UMKM diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengurangi kemiskinan.

Indonesia sekarang ini dapat kita lihat dari upaya Bapak Presiden Joko Widodo dalam pembangunan nasional melalui pembenahan sarana, prasarana, infrastruktur dan juga membuat program pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang sering kita sebut dengan program ekonomi kerakyatan. Program ekonomi kerakyatan dijadikan sebagai strategi untuk meningkatkan pendapatan nasional, kesempatan kerja, perekonomian yang stabil, distribusi pendapatan yang merata. Konsep ekonomi kerakyatan merupakan strategi untuk membangun kesejahteraan dengan lebih mengutamakan pemberdayaan masyarakat. Melalui program ekonomi kerakyatan ini masyarakat membantu menggerakkan roda perekonomian di Indonesia. Di lain pihak masyarakat menjadi lebih percaya diri untuk bersaing dengan hasil pelaku usaha Negara-negara lain. Pemerintah juga memfasilitasi masyarakat dengan kemudahan mendapatkan dana tambahan untuk pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dikalangan masyarakat yang membutuhkan.

Menurut Ayyagari (2013) pada negara berpendapatan rendah UMKM mampu menghasilkan 31 persen lapangan pekerjaan dan 15 persen terhadap PDB, pada negara berpendapatan sedang UMKM mampu memberikan kontribusi sekitar 55 persen pada lapangan pekerjaan dan hampir sekitar 40% terhadap PDB. Pada negara dengan pendapatan tinggi, UMKM memberikan kontribusi sebesar 65% terhadap lapangan pekerjaan dan memberikan dampak sebesar 50% terhadap PDB negara yang memiliki pendapatan tinggi. Namun

kenyataannya UMKM masih mengalami berbagai hambatan dalam bidang internal maupun eksternal. seperti produksi, pemasaran, dan permodalan sehingga tidak mampu meningkatkan PDB secara maksimal.

Marketing atau pemasaran merupakan kegiatan penting dari perusahaan yang menghasilkan produk untuk dijual, dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dengan keuntungan tersebut diharapkan perusahaan bersangkutan bukan saja dapat mempertahankan kelanjutan usahanya, tetapi juga dapat dikembangkan lebih besar. Hal ini berlaku bagi seluruh perusahaan baik yang beroperasi di suatu negara atau beroperasi secara multinasional. Inti dari pemasaran (Marketing) menurut Kotler adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. American Marketing Association (AMA) dalam Kotler menawarkan definisi formal berikut: "Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya."

Hal yang paling sering terungkap adalah keterbatasan modal fisik (financial, struktur, dan infrastruktur) dan kesulitan dalam pemasaran, kesulitan dalam pemasaran dapat dilihat dari salah satu akibat dari rendahnya kualitas pekerja dan pengusaha serta keterbatasan teknologi yang membuat produk-produk UMKM belum memiliki kualitas dan harga yang mampu bersaing secara dalam tahapan cangkupan wilayah diluar Kota Metro. Masalah yang sering dihadapi oleh usaha ataupun industri menengah kebanyakan adalah sumber modal, tenaga kerja, bahan baku dan pemasaran. Modal sebagai dana yang digunakan untuk menjalankan kegiatan produksi sangatlah penting dalam strategi untuk mengembangkan sebuah usaha. Kekuatan yang dimiliki usaha dapat berasal dari modal yang dimiliki.

Metro merupakan daerah yang sedang berkembang. Pembangunan ekonomi yang dilaksanakan oleh daerah berkembang bertujuan pemerataan pembangunan ekonomi dan hasilnya kepada seluruh masyarakat, meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, mengurangi perbedaan kemampuan antar daerah, dan struktur perekonomian yang seimbang. Hal itu disebabkan karena pemerintah pusat maupun pemerintah daerah tidak mampu menyediakan lapangan kerja sepenuhnya untuk merekrut para pencari kerja. Ada beberapa faktor yang

melatar belakangi seseorang untuk berwirausaha, misalnya lingkungan keluarga, pendidikan, riwayat pekerjaan dan usia.

Grafik data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Metro



Sumber: Bank Data Kota Metro (Data diolah).

jumlah UMKM per 31 Desember 2016 sebanyak 5.158 unit atau meningkat sebesar 60,25 %. jumlah UMKM per 31 Desember 2017 sebanyak 7.307 unit. Secara kuantitas mengalami peningkatan sebesar 4.149 unit. Menurut data dari Dinas Koperasi, UMK, Usaha Menengah dan Perindustrian Kota Metro tahun 2018 berjumlah 8.133 (delapan ribu seratus tiga puluh tiga ribu) dengan Rincian Usaha Mikro berjumlah 7.086 dan Usaha Kecil berjumlah 956 sedangkan usaha menengah berjumlah 91 Pelaku Usaha.

Tabel 1. Perkembangan UMKM di Kota Metro

Tahun	Jumlah (unit)	Presentase(%)
2016	5.158	60,25
2017	7.307	80,15
2018	8.133	88,14

Sumber: Bank data Kota Metro(Data diolah)

Sekarang ini di Provinsi Lampung khususnya kota Metro banyak terdapat kafe khusus kopi dan juga memiliki inovasi dalam pembuatan juga penyajian kopi sehingga banyak menarik konsumen untuk menikmati kopi di coffee shop yang ada. Banyaknya peminat kopi membuat kota Metro semakin dipenuhi tempat coffee shop. Adanya usaha kopi ini membuat sektor UMKM dibidang makanan dan minuman ini mengalami peningkatan minat para wirausahawan.

Dalam keadaannya dapat diketahui secara umum pertumbuhan ekonomi daerah di Kota Metro tentu secara pandangan terlihat sudah baik, yakni dengan berbagai strukturnya ditambah dengan banyaknya jumlah UMKM yang ada tentu terlihat Metro merupakan kota yang sudah baik pertumbuhan ekonomi daerahnya. Adapun kebijakan yang dibuat di Kota Metro juga mempengaruhi laju peningkatan pertumbuhannya. Secara pendidikan secara infrastruktur dan pelayanan kesehatannya juga sudah memadai begitupula dengan adanya berbagai jenis Usaha Disektor UMKM salah satunya yaitu pada bidang perdagangan pangan yang meramba UMKM Coffe Shop di Metro menunjukkan banyaknya perkembangan dari berbagai bidang yang sudah tersedia di Metro.

Metro merupakan daerah yang sedang berkembang. Pembangunan ekonomi yang dilaksanakan oleh kota Metro bertujuan pemeratakan pembangunan ekonomi dan hasilnya kepada seluruh masyarakat, meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, dan struktur perekonomian yang seimbang. Berdasarkan hal tersebut, untuk memperoleh gambaran lebih jauh tentang Perkembangan UMKM khususnya dibidang coffee shop untuk daerah Metro itu sendiri maka penelitian ini mengambil judul “**Analisis Perkembangan Coffee Shop Sebagai Salah Satu Peranan UMKM di Kota Metro (Study Kasus Pada Coffee Shop Janji Jiwa dan Coffee Et Bien).**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Perkembangan coffee shop di Kota Metro sudah cukup baik?
2. Bagaimana Karakteristik Perkembangan Coffee Shop Janji Jiwa dan Coffee Et Bien sebagai salah satu peranan UMKM di Kota Metro?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk menguji sejauh mana perkembangan coffee shop di Kota Metro.
2. Untuk mengetahui bagaimana karakteristik perkembangan coffee shop Janji jiwa dan Coffee Et Bien di Kota Metro.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini penulis mendapatkan pengalaman nyata tentang pengetahuan dari perkembangan UMKM khususnya dibidang coffee shop serta mengetahui karakteristik perkembangan Coffee Shop Janji Jiwa dan Coffee Et Bien di Kota Metro.

2. Bagi Akademis

Dapat dijadikan bahan referensi dan sumber informasi untuk penelitian selanjutnya serta mendapat wawasan pengetahuan tentang pengetahuan perkembangan Coffee Shop sebagai salah satu peranan UMKM di Kota Metro.

3. Bagi Pemerintah dan Masyarakat

Sebagai masukan dan pengetahuan mengenai perkembangan coffee shop sebagai salah satu peranan UMKM khususnya di Kota Metro dan mengetahui bagaimana karakteristik perkembangan Coffee Shop Janji Jiwa dan Coffee Et Bien.