

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan usaha kecil dan menengah serta kegiatan wirausaha di Indonesia terus berkembang pesat. Setelah tahun 1998, perekonomian Indonesia mengalami kemunduran di sektor usaha besar, dan situasi perekonomian Indonesia pun memburuk. Manajer perusahaan besar yang terpaksa tutup karena kekurangan sumber daya keuangan beralih ke wirausaha dengan sumber daya keuangan yang sangat terbatas. Menurut Iskandar & Safrianto (2020), faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan wirausaha adalah kepercayaan diri, inisiatif, motivasi berprestasi, kepemimpinan, keberanian dan kecerdikan. Kewirausahaan adalah proses dinamis untuk menciptakan lebih banyak kekayaan. Kekayaan tambahan ini diciptakan oleh individu-individu yang giat mengambil risiko, menginvestasikan waktu mereka, dan menawarkan berbagai produk dan layanan. Kewirausahaan menciptakan lapangan kerja dan menjadikan tidak hanya pemilik usaha (wirausahawan) yang sukses, namun Masyarakat sekitar juga (Iskandar & Safrianto, 2020). Kewirausahaan dipandang sebagai aktivitas yang menciptakan dan berkontribusi terhadap pertumbuhan lapangan kerja. Wirausahawan adalah orang yang berani mengambil risiko dan memulai usaha dalam berbagai situasi. Bersikap mengambil risiko berarti memiliki pola pikir mandiri, berani memulai usaha, dan tidak diliputi rasa takut atau cemas bahkan dalam situasi yang tidak pasti (Kifly et al., 2024).

Keberhasilan usaha mengacu pada kondisi di mana suatu bisnis mencapai tujuannya atau mampu memenuhi kriteria keberhasilan (Rika Widianita, 2023). Keberhasilan usaha adalah keberhasilan dalam mencapai tujuannya, dan keberhasilan tersebut berasal dari beberapa aspek yaitu peningkatan penjualan, peningkatan hasil produksi, peningkatan keuntungan, terpenuhinya modal, alokasi produksi dan tercapainya tujuan organisasi. Suatu bisnis dikatakan berhasil jika mempunyai keunggulan dibandingkan periode sebelumnya atau bisnis lainnya (Motivasi & Dan, 2022).

Ada banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha, salah satunya adalah pengetahuan kewirausahaan. Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam mengasihkan hal-hal baru melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif, sehingga menciptakan ide atau peluang dan mampu memanfaatkannya (Andriaskiton et al., 2022). Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan otak manusia dalam mengingat, mempelajari dan menerapkan informasi sehingga memungkinkan otak memotivasi tubuh untuk melakukan aktivitas kewirausahaan. Nilai tambah dapat diciptakan dengan mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk memproduksi barang dan jasa baru dengan lebih efisien, meningkatkan produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen (Usaha et al., 2025).

Faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah kemampuan manajemen. Kemampuan manajemen (*managerial skills*) wirausahawan (*entrepreneur*) mengacu pada keterampilan dan kemampuan administratif dan operasional yang dimiliki ketika menjalankan fungsi manajemen, meliputi kemampuan merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan atau melaksanakan tugas dan mengawasi (Sukabumi, 2019). Anfas & Hidayanti (2022) mengungkapkan bahwa untuk bertahan dan mencapai keunggulan diperlukan kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Selain itu, *digital marketing* dan motivasi kewirausahaan juga mempengaruhi keberhasilan usaha. *Digital Marketing* adalah penerapan teknologi digital untuk menciptakan saluran pemasaran online (memfasilitasi kampanye pemasaran yang ditargetkan melalui situs *web*, *email*, *database*, televisi digital dan berbagai inovasi terkini lainnya, termasuk *blog*, *feed*, *podcast*, dan jejaring sosial) untuk mencapai keuntungan dan pendapatan. Selain mengembangkan pendekatan terencana untuk memperluas pengetahuan tentang konsumen, juga membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan dan menyediakan komunikasi dan layanan online yang ditargetkan berdasarkan kebutuhan setiap individu atau pelanggan tertentu (Pokhrel, 2024). Penggunaan *digital marketing* yang efektif, seperti manajemen media sosial, pemasaran konten yang menarik, dan interaksi yang lebih baik dengan pelanggan, dapat membantu meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan (Coffee et al. 2024).

Motivasi Kewirausahaan mengacu pada seseorang yang mandiri, berorientasi masa depan, percaya diri, berani menhadapi risiko, dan melakukan kegiatan wirausaha secara inovatif dan kreatif (Sanjaya & Handoyo, 2024). Motivasi kewirausahaan merupakan komponen intrinsik dalam berwirausaha bagi pelaku usaha. Faktor internal seperti ketersediaan sumber daya, bakat pribadi, keterampilan kewirausahaan dan kemampuan memanfaatkan sumber daya internal secara efektif. Motivasi adalah kemauan bekerja sekeras mungkin untuk mencapai tujuan organisasi, yang dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan. Motivasi berkaitan dengan seberapa besar komitmen orang terhadap pekerjaannya untuk mencapai tujuan organisasi (Irwanto & Ie, 2023).

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mendapat perhatian dari kalangan akademis dan praktisi tidak hanya karena perannya dalam pertumbuhan ekonomi tetapi juga perannya dalam meningkatkan daya saing. Berbeda dengan perusahaan besar, UMKM memiliki karakteristik berbeda sehingga memerlukan penelusuran lebih detail (Lai & Widjaja, 2023). Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, (UMKM) adalah usaha yang dijalankan oleh pedagang Tunggal, keluarga atau badan usaha kecil. Klasifikasi UMKM didasarkan pada omset tahunan, total kekayaan atau asset dan jumlah karyawan. Saat ini UMKM memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional karena sektor UMKM memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB, menyerap lapangan kerja paling banyak dan relative tahan terhadap krisis keuangan (Andriaskiton et al., 2022).

Salah satu UMKM yang sedang populer saat ini adalah usaha berbahan dasar kopi. Indonesia merupakan salah satu produsen dan konsumen kopi terbesar di dunia. Apalagi di era sekarang ini, membuka Coffee Shop bagi usaha kecil, menengah dan mikro (UMKM) sangatlah menjanjikan, karena konsumen tertarik dengan minuman kopi dan suasana di dalam kedainya. UMKM Coffee Shop merupakan salah satu perusahaan kuliner yang khusus menjual minuman yang sudah terbukti peminatnya tinggi. Keahlian para barista yang meracik minuman di Coffee Shop memberikan para konsumen minuman yang nikmat, formulasi yang tepat, produk unik, dan tempat yang nyaman. Saat ini bisnis Coffee Shop bermunculan di berbagai daerah. Konsumen mempunyai banyak pilihan dalam memilih tempat. Mereka bisa sekedar minum kopi, mengadakan rapat, mengerjakan tugas dan aktivitas lainnya, atau sekedar minum kopi. Pada akhirnya, hal ini berujung pada persaingan ketat bagi *entrepreneur* yang menggeluti

bidang tersebut. Tentu saja, hal ini menuntut pengusaha kedai kopi untuk tetap responsive dan beradaptasi. Dalam kompetensi, mereka bersaing untuk mendominasi pasar. Hal ini terlihat dari banyaknya cabang kedai kopi tak terkecuali di Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi (Hasanah et al., 2020). Berikut data UMKM Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi:

Tabel 1.1 Data UMKM Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng

No	Nama Coffee Shop	Kecamatan
1	Kopi Sadar Diri	Gambiran
2	Sorai	Gambiran
3	EXI Social Space	Gambiran
4	Selera Mentari	Gambiran
5	Gerobak Corina	Gambiran
6	Kedai Eltece	Gambiran
7	Enam Derajat Kopi	Gambiran
8	Sepertiga Coffee	Gambiran
9	Tigapagi Coffee and Space	Gambiran
10	Teman Lisan	Gambiran
11	Mampir Ngopi	Gambiran
12	Kopi Teko	Gambiran
13	Kopi Nusantara Gambiran	Gambiran
14	Le'Kopi Station	Gambiran
15	Dapur Kopi Kita	Gambiran
16	Aroma Kopi Pagi	Gambiran
17	Kopi Rindu Senja	Gambiran
18	Raung Brew	Gambiran
19	Kopi Kenangan Senyum	Gambiran
20	Sudut Ngopi	Gambiran
21	Barista Sambung Roso	Gambiran
22	Kopi Harapan Baru	Gambiran
23	Kopi Arah Langit	Gambiran
24	Banyu Kopi	Gambiran
25	Limas Kopi House	Gambiran
26	Rasa Kopi Indonesia	Gambiran
27	Kopi Djiwa Tani	Gambiran
28	Kopi Ndeso Gambiran	Gambiran
29	Mahkota Coffee	Gambiran
30	Kopi Kebun Luwih	Gambiran
31	Kopi Legenda	Gambiran
32	Cangkir Tengah Sawah	Gambiran
33	Rengkuh Kopi House	Gambiran
34	Jalan Kopi	Gambiran
35	Kopi Daun Jati	Gambiran

36	Tepi Barat	Genteng
37	Pine Haus	Genteng
38	Hangout Coffee Shop Reborn	Genteng
39	Kopi Siipp Toast	Genteng
40	Penuh Makna Kopi	Genteng
41	Kopi Kenangan Genteng	Genteng
42	Noktun Coffee and Roastery	Genteng
43	Kopi Jotos	Genteng
44	Pijar.Coffee	Genteng
45	Koopiantese.id	Genteng
46	Kedai Coba Bagi	Genteng
47	Coffeestop Jenggot	Genteng
48	Teras Kopi	Genteng
49	Barsua Coffee and Fresh Milk	Genteng
50	Kedai Kopi Arion	Genteng
51	Warkop Raung Ijen	Genteng
52	Elit Session	Genteng
53	Weebe_Coffee	Genteng
54	Toko Kopi Sumber Urip	Genteng
55	Redpanda Coffee and Roastery	Genteng
56	D13strict.co Coffee and Food	Genteng
57	Not Arrogant Coffee	Genteng
58	Kopi Jempolan	Genteng
59	Kopi Damar Wulan	Genteng
60	Kopi Pucuk Harapan	Genteng
61	Cakrawala Coffee House	Genteng
62	Kopi Klasik Genteng	Genteng
63	Kedai Aroma Senja	Genteng
64	Kopi Pelangi	Genteng
65	Kedai Kopi Waktu Sore	Genteng
66	Kopi Hujan Sore	Genteng
67	Serambi Kopi	Genteng
68	Kopi Batas Rasa	Genteng
69	Taman Kopi Genteng	Genteng
70	Kedai Kopi Omah Kayu	Genteng

Sumber: website maps 2025 (diakses pada 23 Januari 2025)

Dari tabel 1.1 terlihat nama-nama Coffee shop yang ada di Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi. Coffee Shop merupakan suatu tempat yang menyajikan berbagai macam kopi dan minuman nonalkohol lainnya dalam suasana santai. Permintaan masyarakat terhadap minuman kopi yang terus meningkat, dan tren minum kopi pun membuat semakin banyak pengusaha yang terjun ke bisnis Coffee Shop. Maraknya Coffee Shop saat ini membuat para pengusaha menghadapi persaingan yang ketat. Banyak Coffee Shop bermunculan di Kecamatan Gambiran dan Genteng. Beberapa Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng

berlomba-lomba mencari jati dirinya, salah satunya menawarkan fasilitas bernuansa estetik dan suasana nyaman. Setiap Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng menawarkan fitur berbeda untuk lebih menarik perhatian pelanggan (Inovasi & Terhadap, 2023).

Tabel 1.2 Data Pra-Survey UMKM Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng

No	Nama Coffee Shop	Kecamatan
1	Kopi Sadar Diri	Gambiran
2	Sorai	Gambiran
3	EXI Social Space	Gambiran
4	Selera Mentari	Gambiran
5	Gerobak Corina	Gambiran
6	Kedai Kopi Arion	Genteng
7	Teras Kopi	Genteng
8	Koopiantese.id	Genteng
9	Tepi Barat	Genteng
10	Penuh Makna Kopi	Genteng

Sumber : Survey (dilaksanakan pada 15 Januari 2025)

Dari Tabel 1.2 banyak Coffee Shop yang belum mengetahui pengetahuan kewirausahaan yang baik, pengetahuan tentang pasar dan strategis pemasaran, pengetahuan konsumen, pengetahuan pesaing, menjadikan Coffee Shop sering kali kesulitan membangun merek yang kuat dan memasarkan secara efektif (Belakang, 2020). Kurangnya pemahaman kemampuan manajemen menjadi salah satu penyebab utama kegagalan UMKM seperti Coffee Shop, terutama dalam hal pengelolaan sumber daya manusia dan keuangan. Hal ini dapat berdampak pada pengelolaan keuangan yang tidak tertata, pergantian karyawan yang tinggi dan kesalahan dalam menentukan harga. Terbatasnya pemahaman mengenai pemasaran digital juga menjadi kendala, karena masih banyak Coffee Shop yang belum memanfaatkan teknologi secara maksimal, seperti system kasir digital, aplikasi pemesanan online, atau metode pembayaran digital (Aktuaria & Access, 2024). Kurangnya pengetahuan, keterampilan kewirausahaan dan kurangnya kreativitas, serta kurangnya inovasi di bidang kewirausahaan membuat Coffee Shop sulit bersaing di pasar yang sangat kompetitif (Pinem et al., 2024). Untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, Coffee Shop perlu mencari solusi inovatif, seperti bekerja sama dengan komunitas lokal, menggunakan media sosial untuk promosi, dan meningkatkan pengetahuan dalam manajemen bisnis dan keuangan.

Penelitian Andriaskiton et al. (2022) membuktikan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam menghasilkan hal-hal melalui pemikiran kreatif dan Tindakan inovatif, sehingga menciptakan ide atau peluang dan mampu memanfaatkannya. Hasil penelitian Astuti et al. (2016) menyatakan bahwa kemampuan manajemen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Kemampuan manajemen memiliki pengaruh besar terhadap kinerja usaha karena apabila dalam mengelola usahanya memiliki

kemampuan manajemen yang baik maka kinerja usaha juga baik sehingga keberhasilan usaha bisa tercapai.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari et al. (2019), *digital marketing* adalah kegiatan pemasaran yang mencakup *branding* (kesadaran merek) dengan menggunakan berbagai media berbasis *web* seperti *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords*, jejaring sosial dan tentunya *digital marketing* bukan hanya sekedar *internet marketing* saja, namun lebih dari itu. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Irwanto & Ie. (2023) menyatakan motivasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Motivasi kewirausahaan berkaitan dengan seberapa besar komitmen orang terhadap pekerjaannya untuk mencapai tujuan organisasi.

1.2. Rumusan Masalah

Menghadapi banyaknya pecinta kopi dan banyaknya pesaing, pengelolaan Coffee Shop harus mampu mengatasi tantangan persaingan di bidang jaringan bisnis dan memiliki kemampuan inovasi operasional yang tinggi. Karena kurangnya pengetahuan kewirausahaan yang baik, seperti pengetahuan pasar dan strategis pemasaran, pengetahuan konsumen, pengetahuan konsumen, Coffee Shop sering kali kesulitan membangun merek yang kuat dan memasarkannya secara efektif. Kurangnya pemahaman kemampuan manajemen menjadi salah satu penyebab utama kegagalan UMKM kuliner seperti Coffee Shop, terutama dalam hal pengelolaan sumber daya manusia dan keuangan. Hal ini dapat berdampak pada pengelolaan keuangan yang tidak tertata dan pergantian karyawan yang tinggi. Pemahaman yang terbatas tentang pemasaran digital juga menjadi kendala, dengan banyak Coffee Shop yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi, seperti system kasir digital, aplikasi pemesanan online, atau metode pembayaran digital (Aktuaria & Access, 2024). Kurangnya pengetahuan, keterampilan berwirausaha, serta kurangnya kreativitas dan inovasi di bidang kewirausahaan membuat Coffee Shop sulit bersaing di pasar yang kompetitif (Pinem et al., 2024). Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Coffee Shop mencari Solusi yang inovatif, seperti bekerja sama dengan komunitas lokal, memanfaatkan media sosial untuk promosi, serta menambah pengetahuan tentang pengelolaan bisnis dan keuangan. Berdasarkan latar belakang di atas, pertanyaan penelitian dinyatakan sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi?
2. Apakah kemampuan manajemen berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi?
3. Apakah *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi?
4. Apakah motivasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi

2. Untuk menguji dan menganalisis kemampuan manajemen terhadap keberhasilan usaha pada Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi
3. Untuk menguji dan menganalisis *digital marketing* terhadap keberhasilan usaha pada Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi
4. Untuk menguji dan menganalisis motivasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, diantaranya:

1. Bagi Objek Penelitian (Coffee Shop di Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi)
Hasil penelitian ini sebagai bahan masukan dan evaluasi mereka untuk mengetahui seberapa pentingnya pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kemampuan manajemen, *digital marketing*, dan motivasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.
2. Bagi Penulis
Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah pengetahuan atau wawasan dalam penerapan teori-teori yang diperoleh pada saat kuliah.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kemampuan manajemen, *digital marketing*, dan motivasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha serta variabel lainnya.

