

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian karena berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi. UMKM juga dipandang sebagai bentuk usaha yang mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi karena sifatnya yang fleksibel dan dekat dengan kebutuhan masyarakat. Dalam konteks pembangunan nasional, keberadaan UMKM tidak hanya dimaknai sebagai usaha berskala kecil, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi kerakyatan yang memiliki kontribusi besar terhadap stabilitas dan pertumbuhan ekonomi. Hal ini sejalan dengan pendapat Chandra & Hidayah (2024), yang menjelaskan bahwa UMKM merupakan unit usaha yang sangat diminati masyarakat Indonesia serta terbukti memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional melalui sumbangan terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja.

Sektor makanan dan minuman merupakan salah satu bidang usaha yang memiliki peluang besar dalam perkembangan UMKM karena berhubungan langsung dengan kebutuhan dasar manusia. Salah satu usaha yang berkembang pesat dalam sektor ini adalah kedai kopi, yang pertumbuhannya didorong oleh perubahan gaya hidup, meningkatnya budaya konsumsi kopi, serta berkembangnya tren menjadikan *coffee shop* sebagai tempat bersosialisasi, bekerja, dan berekreasi. Pertumbuhan industri kopi juga didukung oleh meningkatnya konsumsi kopi masyarakat Indonesia dari tahun ke tahun. Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia AEKI (2024), menyebutkan bahwa pasar *café* dan *coffee shop* di Indonesia tumbuh rata-rata sebesar 6,5% per tahun. Selain itu, pola konsumsi masyarakat menunjukkan bahwa kopi telah menjadi kebutuhan harian dan media interaksi sosial. Kondisi tersebut mendorong munculnya berbagai usaha kedai kopi dengan konsep yang beragam, mulai dari *coffee shop modern*, *café tematik*, hingga kedai kopi tradisional yang dikemas lebih inovatif. Selain itu, Hermawan (2023) menjelaskan bahwa perkembangan budaya konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat, ditandai dengan naiknya konsumsi kopi nasional berikut data perkembangan jumlah budaya konsumsi kopi di Indonesia:

Tabel 1.1 Perkembangan Budaya Konsumsi Kopi di Indonesia

Tahun	Konsumsi Kopi (Ton)	Pertumbuhan (%)
2019	314.365	
2020	335.540	6,74
2021	353.885	5,47
2022	369.886	4,52
Rata-rata Pertumbuhan		5,57

Sumber: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa konsumsi kopi di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019 konsumsi kopi nasional tercatat sebesar 314.365 ton, kemudian meningkat menjadi 335.540 ton pada tahun 2020 dengan tingkat pertumbuhan sebesar 6,74%. Selanjutnya pada tahun 2021 konsumsi kopi kembali meningkat menjadi 353.885 ton dengan pertumbuhan 5,47%, dan pada tahun 2022 mencapai 369.886 ton

dengan pertumbuhan sebesar 4,52%. Secara keseluruhan rata-rata pertumbuhan konsumsi kopi di Indonesia mencapai 5,57% per tahun.

Data tersebut mengindikasikan bahwa minat masyarakat terhadap konsumsi kopi terus mengalami peningkatan secara signifikan. Meningkatnya konsumsi kopi tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan fungsional sebagai minuman, tetapi juga oleh perubahan budaya konsumsi yang menjadikan kopi sebagai simbol gaya hidup. Generasi milenial dan generasi Z menjadi kelompok konsumen terbesar dalam pertumbuhan pasar kopi karena menjadikan aktivitas “ngopi” sebagai bagian dari interaksi sosial, kegiatan belajar, hingga bekerja. Selain itu, tren digitalisasi dan media sosial turut mempercepat pertumbuhan bisnis kopi karena banyak pelaku usaha memanfaatkan platform digital untuk promosi dan branding. Fenomena ini menunjukkan bahwa industri kopi tidak lagi sekadar bisnis minuman, tetapi telah berkembang menjadi industri berbasis pengalaman (*experience-based business*) yang sangat kompetitif.

Kedai kopi merupakan usaha kuliner yang berfokus pada penyajian minuman berbasis kopi dengan konsep yang lebih sederhana, fleksibel, dan dekat dengan konsumen. Karakteristik utama kedai kopi terletak pada penyediaan menu kopi sebagai produk inti, suasana tempat yang mendukung interaksi sosial, serta segmentasi pasar yang cenderung menyasar anak muda, mahasiswa, dan pekerja. Kedai kopi saat ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat membeli minuman, tetapi juga menjadi ruang sosial untuk bekerja, berdiskusi, belajar, dan membangun komunitas. Dalam konteks bisnis, kedai kopi biasanya memiliki karakter usaha yang lebih dinamis karena harus cepat menyesuaikan tren pasar, selera konsumen, serta inovasi produk agar tetap kompetitif.

Meskipun sering dianggap sama, kedai kopi, warung kopi, dan *coffee shop* memiliki karakteristik yang berbeda. Warung kopi umumnya identik dengan konsep tradisional, menu yang terbatas, harga yang lebih murah, serta segmentasi pelanggan yang lebih luas tanpa fokus pada pengalaman konsumen. *Coffee shop* lebih mengarah pada konsep modern dengan desain interior yang lebih estetik, penggunaan mesin kopi profesional, variasi menu yang lebih kompleks, serta orientasi pada pengalaman pelanggan (*customer experience*). Sementara itu, kedai kopi berada di antara keduanya, yaitu menggabungkan unsur tradisional dan modern dengan fleksibilitas inovasi produk, harga yang lebih terjangkau dibanding *coffee shop*, namun tetap memperhatikan kualitas produk dan suasana tempat. Dalam penelitian ini, objek yang dimaksud adalah kedai kopi yang memiliki aktivitas usaha aktif, menjual produk kopi sebagai menu utama, serta beroperasi di Kecamatan Summersari Jember.

Meningkatnya jumlah kedai kopi menyebabkan persaingan bisnis semakin kompetitif. Setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan strategi yang tepat agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan pasar. Dalam kondisi tersebut, keunggulan bersaing menjadi faktor penting bagi keberlangsungan usaha. Keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaing melalui kualitas produk, inovasi, pelayanan, maupun strategi usaha lainnya sehingga mampu menarik dan mempertahankan konsumen.

Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) merupakan kemampuan perusahaan atau pelaku usaha dalam menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaing sehingga mampu mempertahankan posisi di pasar dan memenangkan persaingan usaha. Menurut Porter, keunggulan bersaing diperoleh ketika perusahaan mampu menerapkan strategi yang tidak

dimiliki pesaing melalui diferensiasi produk maupun efisiensi biaya (Anggai *et al.*, 2021). Keunggulan bersaing pada kedai kopi dapat dipahami sebagai kemampuan usaha untuk menawarkan nilai yang lebih baik, lebih unik, dan lebih sulit ditiru dibandingkan pesaing. Dalam perspektif *Resource Based View*, keunggulan bersaing lahir dari sumber daya dan kapabilitas yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan terorganisasi dengan baik (Barney, 1991). Pada usaha kedai kopi, keunggulan tersebut dapat bersumber dari kemampuan menciptakan produk yang berbeda, keberanian mengambil peluang pasar, serta keyakinan pemilik usaha dalam mengelola tantangan bisnis. Oleh karena itu, inovasi produk, orientasi kewirausahaan, dan *self efikasi* menjadi faktor yang logis untuk dikaji sebagai determinan keunggulan bersaing (Hidayat, 2023).

Inovasi produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi keunggulan bersaing suatu usaha, termasuk pada usaha kedai kopi. Inovasi produk mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan, mengembangkan, dan memperbarui produk agar sesuai dengan kebutuhan serta keinginan konsumen yang terus berubah. Randra & Al (2024), dalam penelitiannya pada Rentjana Kopi Pontianak menemukan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi inovasi produk yang dilakukan, maka semakin tinggi pula kemampuan usaha dalam menciptakan daya saing di pasar. Inovasi produk yang dilakukan seperti pengembangan varian menu, pembaruan tampilan produk, serta penyesuaian produk dengan tren konsumen mampu meningkatkan minat beli pelanggan dan memperkuat posisi usaha di tengah persaingan. Temuan tersebut didukung oleh Farhan (2022), yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM Perak di Yogyakarta. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa inovasi produk mampu menciptakan nilai tambah bagi konsumen melalui pengembangan produk secara bertahap maupun pembaruan yang lebih besar sehingga usaha memiliki ciri khas dibandingkan pesaingnya. Dengan adanya inovasi produk, pelaku usaha dapat lebih mudah menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen sehingga mampu meningkatkan keunggulan bersaing usaha.

Selain itu Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi keunggulan bersaing pada kedai kopi. Dalam kondisi persaingan bisnis kedai kopi yang semakin ketat, pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk kopi yang berkualitas, tetapi juga harus mampu membaca peluang pasar, bertindak proaktif, berinovasi, serta berani mengambil risiko dalam mengembangkan usahanya. Orientasi kewirausahaan mencerminkan kemampuan pemilik usaha dalam mengelola sumber daya, menciptakan strategi baru, dan menyesuaikan diri terhadap perubahan selera konsumen agar usaha dapat bertahan dan lebih unggul dibandingkan pesaing. Annisa *et al* (2023), menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM bidang kuliner, sehingga semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin besar pula peluang usaha tersebut untuk memperoleh keunggulan bersaing. Hal ini juga diperkuat oleh Rahmadi *et al* (2020), yang menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan berkaitan dengan kemampuan usaha untuk bersikap inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko dalam menghadapi persaingan pasar. Orientasi kewirausahaan menjadi faktor yang penting karena pemilik usaha perlu mampu menciptakan ide baru, menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen, mengambil keputusan bisnis secara tepat, serta mengantisipasi perubahan tren kopi yang terus berkembang.

Self efficacy merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi keunggulan bersaing pada kedai kopi, karena dalam menjalankan usaha pemilik tidak hanya membutuhkan inovasi produk dan orientasi kewirausahaan, tetapi juga keyakinan terhadap kemampuan diri dalam menghadapi tantangan bisnis. *Self efficacy* menggambarkan tingkat kepercayaan seseorang terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas, mengambil keputusan, menghadapi risiko, serta mencari solusi ketika usaha mengalami kendala. *Self efficacy* dapat terlihat dari keberanian pemilik usaha dalam mencoba strategi baru, mengelola pelayanan, memanfaatkan teknologi digital, menghadapi tekanan persaingan, serta mempertahankan kualitas produk agar tetap diminati konsumen. Ramadhan *et al* (2025), menunjukkan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *competitive advantage* pada produk UMKM, sehingga semakin tinggi keyakinan pelaku usaha terhadap kemampuan dirinya, semakin besar pula peluang usaha tersebut untuk memiliki keunggulan bersaing. Hal ini diperkuat oleh Tuti *et al* (2025), yang menyatakan bahwa *self efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap daya saing UMKM, karena pelaku usaha yang memiliki keyakinan diri tinggi cenderung lebih mampu berinovasi, mengambil keputusan strategis, dan menghadapi perubahan pasar. *Self efficacy* menjadi faktor penting karena pemilik usaha perlu memiliki rasa percaya diri dalam mengembangkan produk, memahami kebutuhan konsumen, mengelola sumber daya, serta menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaing, sehingga *self efficacy* diduga berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada kedai kopi.

Dalam konteks daerah, Kota Jember memiliki peluang ekonomi yang cukup menjanjikan bagi pertumbuhan usaha kuliner dan kedai kopi. Kajian mengenai ekonomi regional Kabupaten Jember menunjukkan bahwa wilayah Jember memiliki potensi pengembangan ekonomi yang dapat dilihat dari tipologi wilayah dan sektor-sektor potensialnya. Potensi ekonomi daerah tersebut menunjukkan adanya aktivitas ekonomi lokal yang terus bergerak, yang pada gilirannya membuka peluang pasar bagi usaha berbasis konsumsi seperti kedai kopi. Namun, perkembangan aktivitas ekonomi daerah juga dapat diikuti dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha baru, sehingga persaingan menjadi semakin ketat dan menuntut tiap usaha memiliki strategi bersaing yang kuat.

Kabupaten Jember merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang memiliki potensi besar dalam pengembangan industri kopi. Selain dikenal sebagai daerah penghasil kopi robusta dan arabika, Jember juga memiliki ekosistem bisnis kopi yang terus berkembang, baik dari sisi produksi maupun konsumsi. Pemerintah Kabupaten Jember bahkan menetapkan komoditas kopi sebagai salah satu sektor unggulan daerah dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) 2021–2026 sebagai bentuk komitmen dalam memperkuat identitas Jember sebagai kota kopi. Potensi ini didukung oleh keberadaan perkebunan kopi di beberapa wilayah seperti Silo, Sumberbaru, dan Tanggul yang menjadi pemasok bahan baku lokal bagi pelaku usaha kopi di Jember. Kondisi tersebut menjadikan bisnis kopi di Jember memiliki keunggulan tersendiri karena didukung oleh akses bahan baku yang relatif mudah dan berkualitas.

Kecamatan Sumbersari menjadi salah satu wilayah dengan pertumbuhan kedai kopi yang cukup pesat di Kabupaten Jember. Hal ini dipengaruhi oleh letak strategis Sumbersari sebagai kawasan pendidikan yang memiliki banyak perguruan tinggi dan didominasi oleh mahasiswa, pelajar, serta pekerja muda yang menjadi target utama pasar bisnis kedai kopi. Karakteristik konsumen di wilayah ini cenderung menjadikan kedai kopi bukan hanya sebagai tempat

menikmati minuman, tetapi juga sebagai ruang sosial untuk belajar, bekerja, dan berinteraksi. Tingginya permintaan ini menyebabkan banyak pelaku usaha membuka kedai kopi dengan berbagai konsep, mulai dari tradisional, modern, hingga hybrid.

Namun, semakin banyaknya jumlah kedai kopi di wilayah Summersari menyebabkan persaingan bisnis menjadi semakin kompetitif. Persaingan tidak hanya terjadi pada aspek harga, tetapi juga pada inovasi menu, konsep tempat, kualitas pelayanan, penggunaan teknologi digital, hingga strategi pemasaran yang digunakan. Pelaku usaha yang tidak mampu mengikuti tren pasar dan kebutuhan konsumen berpotensi kehilangan pelanggan. Dalam kondisi seperti ini, setiap kedai kopi harus mampu menciptakan diferensiasi agar dapat mempertahankan eksistensinya di tengah ketatnya persaingan usaha.

Permasalahan utama yang sering terjadi pada kedai kopi adalah rendahnya kemampuan dalam menciptakan inovasi produk yang berkelanjutan, kurangnya orientasi kewirausahaan dalam membaca peluang pasar, serta rendahnya keyakinan diri pemilik usaha dalam mengambil keputusan strategis. Kondisi ini menyebabkan sebagian usaha sulit mempertahankan pelanggan dan mengalami penurunan performa usaha. Oleh karena itu, keunggulan bersaing menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan dan keberlangsungan bisnis kedai kopi, khususnya di Kecamatan Summersari Jember yang memiliki tingkat persaingan tinggi dan pasar yang dinamis.

Tabel 1.2 Jumlah Kedai Kopi di Kecamatan Summersari Jember

Tahun	Jumlah Kedai Kopi	Persentase Kenaikan
2021	35	
2022	46	31,43%
2023	58	26,09%
2024	72	24,14%
2025	84	16,67%

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember, 2026

Berdasarkan Tabel 1.2 jumlah kedai kopi di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember selama periode 2021–2025 menunjukkan tren peningkatan yang konsisten dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021 tercatat sebanyak 35 kedai kopi, kemudian meningkat menjadi 46 pada tahun 2022 atau bertambah 11 unit (31,43%). Selanjutnya pada tahun 2023 jumlah kedai kopi kembali meningkat menjadi 58 unit atau mengalami penambahan 12 unit (26,09%). Peningkatan terus terjadi pada tahun 2024 dengan jumlah 72 kedai kopi atau bertambah 14 unit (24,14%), dan pada tahun 2025 mencapai 84 kedai kopi atau bertambah 12 unit (16,67%). Secara keseluruhan, dalam kurun waktu lima tahun jumlah kedai kopi di Kecamatan Summersari meningkat dari 35 menjadi 84 unit, atau bertambah 49 kedai kopi dengan tingkat pertumbuhan sekitar 140% dibandingkan tahun 2021. Data tersebut menunjukkan bahwa bisnis kedai kopi di Kota Jember berkembang sangat pesat seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap konsumsi kopi dan budaya *coffee shop*. Namun, peningkatan jumlah usaha tersebut juga menyebabkan tingkat persaingan bisnis antar kedai kopi menjadi semakin ketat.

Fenomena meningkatnya jumlah kedai kopi di Kota Jember menuntut pelaku usaha untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing agar dapat bertahan di tengah persaingan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu melalui inovasi produk, seperti menciptakan variasi menu baru, konsep penyajian yang menarik, serta mengikuti tren pasar. Selain itu, orientasi

kewirausahaan juga diperlukan agar pelaku usaha mampu bersikap proaktif, kreatif, dan berani mengambil risiko dalam mengembangkan usahanya. Pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi cenderung lebih mampu membaca peluang pasar dan menciptakan strategi bisnis yang berbeda dibandingkan pesaing.

Di sisi lain, *self efficacy* atau keyakinan diri pelaku usaha juga menjadi faktor penting dalam menghadapi persaingan bisnis kedai kopi. Pemilik usaha yang memiliki *self efficacy* tinggi akan lebih percaya diri dalam mengambil keputusan, melakukan inovasi, dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Sebaliknya, rendahnya keyakinan diri dapat menyebabkan pelaku usaha sulit berkembang dan kurang mampu menciptakan daya saing usaha. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh inovasi produk, orientasi kewirausahaan, dan *self efficacy* terhadap keunggulan bersaing pada kedai kopi di kecamatan sumbersari Jember menjadi penting dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan daya saing usaha kedai kopi di tengah tingginya kompetisi bisnis kuliner.

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan peneliti terhadap 10 konsumen kedai kopi di wilayah Kota Jember, ditemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan keunggulan bersaing kedai kopi. Hasil pra survei menunjukkan bahwa sebagian responden menilai masih terdapat kedai kopi yang kurang melakukan inovasi menu, kurang aktif dalam mengikuti tren pasar, dan memiliki pelayanan yang belum optimal.

Tabel 1.3 Pra-Survey Konsumen Kedai Kopi di Kecamatan Sumbersari Jember

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Kedai kopi memiliki inovasi menu yang menarik	4	6
2	Kedai kopi selalu mengikuti tren pasar	3	7
3	Pemilik usaha percaya diri dalam mengembangkan usaha	5	5
4	Kedai kopi memiliki keunggulan dibanding pesaing	4	6

Sumber: Data pra survei penliti, 2026

Berdasarkan tabel 1.3 hasil pra survei terhadap 10 responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai kedai kopi di Kota Jember masih belum optimal dalam menciptakan inovasi produk dan mengikuti perkembangan tren pasar. Hal tersebut terlihat dari 6 responden yang menyatakan bahwa kedai kopi belum memiliki inovasi menu yang menarik dan 7 responden menilai pelaku usaha belum mampu mengikuti tren pasar secara maksimal. Selain itu, sebanyak 6 responden juga menyatakan bahwa kedai kopi belum memiliki keunggulan dibandingkan pesaing. Data tersebut menunjukkan bahwa persaingan usaha kedai kopi di Kecamatan sumbersari Jember menuntut pelaku usaha untuk meningkatkan inovasi produk, orientasi kewirausahaan, serta *self efficacy* agar mampu menciptakan keunggulan bersaing dan mempertahankan keberlangsungan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keunggulan bersaing. Penelitian Rahmadi *et al* (2020) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, namun inovasi justru menunjukkan pengaruh negatif. Sementara itu, penelitian Annisa *et al* (2023) membuktikan bahwa inovasi produk dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Di sisi lain, penelitian Safitri *et al* (2025) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu inovasi produk dan orientasi kewirausahaan

tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selain itu, variabel *self efficacy* dalam penelitian Tuti *et al* (2025) terbukti memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, namun masih terbatas pada objek UMKM umum dan belum banyak dikaji secara spesifik pada usaha kedai kopi. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang menegaskan bahwa hubungan antara inovasi produk, orientasi kewirausahaan, dan *self efficacy* terhadap keunggulan bersaing masih perlu diuji kembali pada objek dan konteks yang berbeda, khususnya pada kedai kopi di Kecamatan Sumbersari Jember.

Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena pertumbuhan jumlah kedai kopi di Kecamatan Sumbersari Jember yang terus meningkat telah menciptakan persaingan usaha yang semakin ketat. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi yang tepat agar mampu bertahan dan memenangkan persaingan. Dalam praktiknya, banyak kedai kopi yang masih menghadapi permasalahan seperti kurangnya inovasi produk, rendahnya kemampuan membaca peluang pasar, serta lemahnya keyakinan pemilik usaha dalam mengambil keputusan strategis. Jika kondisi ini tidak segera diatasi, maka usaha kedai kopi berpotensi kehilangan pelanggan, mengalami penurunan daya saing, bahkan gagal mempertahankan keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh inovasi produk, orientasi kewirausahaan, dan *self efficacy* terhadap keunggulan bersaing, sehingga hasilnya dapat menjadi dasar bagi pelaku usaha kedai kopi dalam menyusun strategi bisnis yang lebih adaptif, inovatif, dan kompetitif di tengah perkembangan industri kopi yang semakin dinamis.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang dihadapi kedai kopi di kecamatan sumbersari Jember berkaitan dengan upaya mempertahankan keunggulan bersaing di tengah pertumbuhan jumlah kedai kopi, perubahan tren konsumsi, serta persaingan yang semakin ketat dalam hal harga, kualitas, dan pengalaman pelanggan. Dalam praktiknya, kedai kopi dituntut untuk menghadirkan inovasi produk seperti variasi menu, cita rasa, penyajian, dan pengembangan produk baru agar tetap menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, orientasi kewirausahaan meliputi sikap proaktif, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan melihat peluang menjadi faktor penting dalam menentukan strategi usaha dan respons terhadap dinamika persaingan. Di sisi lain, self efikasi atau keyakinan pemilik/pengelola kedai kopi terhadap kemampuan dirinya juga berperan dalam pengambilan keputusan, konsistensi menjalankan strategi, serta ketahanan menghadapi tantangan usaha. Apabila inovasi produk, orientasi kewirausahaan, dan self efikasi tidak dikelola dengan baik, maka kedai kopi berpotensi mengalami penurunan daya saing dan kesulitan mempertahankan pelanggan. Melihat kondisi tersebut, diperlukan kajian lebih lanjut mengenai pengaruh inovasi produk, orientasi kewirausahaan, dan self efikasi terhadap keunggulan bersaing pada kedai kopi di kecamatan sumbersari Jember. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada kedai kopi di kecamatan sumbersari Jember?
2. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada kedai kopi di kecamatan sumbersari Jember?
3. Apakah self efikasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada kedai kopi di kecamatan sumbersari Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini disusun untuk menjawab rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, khususnya terkait faktor-faktor yang diduga memengaruhi keunggulan bersaing pada kedai kopi di kecamatan sumbersari Jember. Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada kedai kopi di kecamatan sumbersari Jember.
2. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada kedai kopi di kecamatan sumbersari Jember.
3. Pengaruh self efikasi terhadap keunggulan bersaing pada kedai kopi di kecamatan sumbersari Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi baik dari sisi teori maupun praktik dalam bidang manajemen dan kewirausahaan, terutama untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keunggulan bersaing pada kedai kopi di kecamatan sumbersari Jember. Dengan mengkaji pengaruh inovasi produk, orientasi kewirausahaan, dan self efikasi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam penyusunan strategi usaha yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing, mempertahankan pelanggan, serta mendorong keberlanjutan bisnis kedai kopi. Adapun manfaat penelitian ini bagi berbagai pihak adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam menerapkan teori-teori manajemen strategi dan kewirausahaan, khususnya terkait pengaruh inovasi produk, orientasi kewirausahaan, dan self efikasi terhadap keunggulan bersaing pada usaha kedai kopi.
2. Bagi Pemilik/Pengelola Kedai Kopi di Kota Jember
Penelitian ini diharapkan membantu pemilik/pengelola memahami pengaruh inovasi produk, orientasi kewirausahaan, dan self efikasi terhadap keunggulan bersaing, sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam merancang strategi pemasaran, pengembangan menu/produk, peningkatan kualitas layanan, serta penguatan karakter wirausaha agar mampu bersaing secara berkelanjutan.
3. Bagi Akademisi
Penelitian ini dapat menjadi referensi dan bahan pengayaan kajian ilmu manajemen, kewirausahaan, dan strategi bisnis, khususnya terkait hubungan inovasi produk, orientasi kewirausahaan, self efikasi, dan keunggulan bersaing pada sektor usaha kedai kopi.
4. Bagi Pelaku Usaha dan Masyarakat Umum
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang membentuk keunggulan bersaing pada kedai kopi, sehingga pelaku usaha lain dapat memperoleh gambaran strategi yang tepat, sementara masyarakat dapat memahami dinamika persaingan usaha serta perkembangan bisnis kedai kopi di Kota Jember.