

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kopi merupakan tumbuhan yang berasal dari buah beri semak genus *Coffea* yang setelah matang diproses dan dikeringkan (Cano marquina dkk., 2013), yang selanjutnya akan digiling dan didistribusikan. Terdapat sekitar 141 perusahaan di Indonesia yang bergerak dibidang produksi kopi baik berupa penyortiran biji kopi, kopi bubuk robusta maupun arabika dan beberapa bidang usaha kopi lainnya (Kemenperin, 2016). Setiap perusahaan membutuhkan penetapan model bisnis agar bisnis mendapatkan keuntungan, serta pengembangan dan memberikan nilai untuk pelanggan (Simanjuntak, 2021). Dimana model bisnis digambarkan sebagai cara perusahaan mendapatkan keuntungan melalui proposisi nilai, penciptaan nilai, penyampaian nilai, dan penangkapan nilai, (Nosratabadi dkk., 2019; Parida dkk, 2019). Kebutuhan akan kopi terus meningkat, karena masyarakat yang sudah menjadikan kopi sebagai gaya hidup mereka (Adiwinata dkk., 2021). Hal ini yang mengakibatkan perlunya usaha bisnis kopi di bidang produksi untuk melakukan inovasi akan model bisnis mereka.

Inovasi model bisnis berupa konseptualisasi serta implementasi model bisnis baru yang dapat berupa pengembangan model bisnis yang sama sekali baru (Start-up), menambah keanekaragaman model bisnis (Diversifikasi), menggabungkan model bisnis (Akuisisi) atau perubahan dari satu model bisnis ke model bisnis yang lain (Transformasi) (Geissdoerfer dkk., 2018). Usaha ini dilakukan agar pendapatan perusahaan tidak mengalami penurunan. Salah satu kegiatan inovasi yang dilakukan yaitu menjalani bisnis wisata kopi berupa kedai kopi. Banyak pihak menjalankan bisnis kedai kopi karena berhasil menarik berbagai pelanggan baru dan dapat memperluas pangsa pasar (Kim dkk., 2016). Bukan sebatas tempat makan dan minum, kedai kopi menjadi tempat penting untuk banyak orang dalam bersantai, bekerja dan berkomunikasi dengan kelompoknya (Ferreira dkk., 2021). Sehingga hal ini menuntut sebagian besar kedai kopi dalam meningkatkan kualitasnya (Mohamud dkk., 2017). Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki banyak kedai kopi demi memehuni kebutuhan gaya hidup masyarakat, salah satunya Pontianak.

Masyarakat Pontianak memiliki budaya ngopi yang tinggi, walau bukan daerah penghasil kopi yang besar seperti Sumatera. Pontianak dikenal sebagai Kota 1000 warung kopi (Novan dkk., 2021). Dari banyaknya kedai kopi yang telah beroperasi di Pontianak, Aming Kopi merupakan pilihan bagi masyarakat dalam waktu yang lama untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup mereka. Aming Coffee sendiri merupakan kedai kopi yang telah berdiri sejak tahun 2002 di Pontianak, yang bermula dari gerai kopi kecil-kecilan. Namun sebelum dibangunnya kedai kopi ditahun 2002, Aming kopi sendiri sudah memproduksi kopi bubuk lokal dengan rasa yang otentik dan mendistribusikannya ke berbagai warung kopi khususnya di Kalimantan Barat pada tahun 1970. Sehingga tidak heran bila masyarakat sudah sangat mengenal kopi Aming dan menjadikan Aming sebagai kopi yang sering dinikmati. Hal ini yang membuat peneliti ingin mengeksplor penyebab Aming Kopi tidak hanya fokus pada Bisnis Kopi Bubuk namun juga memfokuskan kepada Bisnis Kedai Kopi.

Penelitian untuk menganalisis inovasi model bisnis wisata kopi sebagai upaya menunjang pemasaran bisnis kopi dirasa penting untuk dipahami terutama bagi para pengusaha bisnis dibidang kopi, karena untuk memahami pentingnya kegiatan inovasi dalam bisnis kopi yang dimana kopi sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat. Penelitian sebelumnya mengenai analisis inovasi model bisnis wisata kopi dalam menunjang pemasaran bisnis kopi banyak membahas mengenai; Kegiatan Inovasi Model Bisnis berdasarkan tingkat inovasi (Ibarra dkk., 2018), implementasi inovasi model bisnis (Geissdoerfer dkk., 2017; Parida dkk., 2019; Rachinger dkk., 2019; Yang dkk., 2017); Model bisnis kedai kopi (Lagrasta dkk., 2021; Zainuddin dkk., 2022), inovasi pada kedai kopi (Abdurrahman dkk., 2021; Musfar dkk., 2022; Suryadi dkk., 2020); Aming Kopi (Agribisnis dkk., 2020; Therisea dkk., 2021). Namun terbatasnya penelitian mengenai inovasi model bisnis wisata kopi dalam menunjang pemasaran bisnis kopi khususnya pada Aming Kopi Pontianak. Dengan demikian, penelitian ini mencoba mengisi kesenjangan dengan menganalisis bagaimana inovasi model bisnis wisata dalam menunjang pemasaran dalam bisnis kopi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana keterkaitan inovasi model bisnis wisata terhadap bisnis awal kopi Aming Pontianak?
2. Bagaimana pengalaman wisatawan selama berada di kedai kopi Aming Pontianak?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis keterkaitan antara inovasi model bisnis wisata terhadap bisnis awal dari kopi Aming
2. Menganalisis pengalaman apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berada di kedai kopi Aming

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis : Secara teoritis, manfaat yang diperoleh melalui penelitian ini adalah pengetahuan dasar mengenai model bisnis serta teori dalam pengembangannya.
2. Secara praktis : Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan solusi untuk permasalahan di industri makanan dan minumannya khususnya bidang kopi agar dapat bertahan melalui perkembangan dalam model bisnis yang sudah ada. Serta hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian di Kedai Kopi.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan skripsi ini berisi rincian tentang urutan penulisan dari setiap bab dan sub bab dalam skripsi, mulai dari bab 1 hingga bab terakhir. Skripsi ini disusun dengan uraian yang sistematis dan terbagi menjadi 5 bab, yaitu :

1. BAB I PENDAHULUAN

Pembahasan ini meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah dan pernyataan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan terakhir sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan penguraian kajian pustaka tentang teori-teori pendukung dan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan desain penelitian, informasi lokasi, waktu dan partisipan penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data serta uji validasi data.

4. BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan bagaimana hasil analisis dari data yang telah diolah dan terdapat hasil pengembangan

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini akan menguraikan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran akan kedepannya