

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1. 1. Latar Belakang Penelitian

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang berkontribusi dalam pemulihan ekonomi saat pandemi Covid 19 mewabah di Indonesia. UMKM sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi pedesaan serta lapangan kerja dan sumber pendapatan bagi masyarakat kurang mampu, serta distribusi pendapatan dan pengentasan kemiskinan. Membangun bisnis menjadi tantangan tersendiri bagi pengusaha, berbagai aspek harus dimiliki seorang *entrepreneur* (Melati, 2022).

Jumlah UMKM terus meningkat setiap tahunnya, khususnya di Jawa Barat. Tercatat hingga 6.257.390 unit UMKM yang ada di Tahun 2021. Berikut data peningkatan UMKM di Jawa Barat dalam Gambar 1.1.



Sumber : Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil, (2023).

**Gambar 1. 1**  
**Data Jumlah UMKM di Jawa Barat**

Dari Gambar 1.1 Data Jumlah UMKM di Jawa Barat terus meningkat dari tahun 2016 hingga tahun 2021. Kabupaten Majalengka dan Subang turut menjadi daerah dengan peningkatan jumlah unit UMKM. Peningkatan jumlah UMKM mengindikasikan daerah menjadi daerah yang berkembang secara ekonomi dengan banyaknya masyarakat yang berwirausaha.

Dari 6.257.390 unit UMKM yang ada, sekitar 25% merupakan usaha penyedia makan dan minum (Diandrino, 2018). Selain menjadi salah satu

komponen industri kreatif subsektor kuliner, kedai kopi juga menyediakan makanan dan air minum. Maka kedai kopi atau *coffee shop* termasuk ke dalam industri penyedia makan dan minum.

Industri *coffee shop* saat ini sedang mengalami pertumbuhan yang *positive*. Selama sepuluh tahun terakhir, sektor kopi Indonesia tumbuh 50% atau 5% setiap tahunnya, yang merupakan tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi (Fatkhurrohim, 2023). Tercatat pada tahun 2020 jumlah *coffee shop* di Indonesia meningkat 3 kali lipat, yang hanya 1083 gerai menjadi hingga 2937 gerai pada tahun 2019. Walaupun beredar isu resesi, peningkatan pertumbuhan serta *trend* mengkonsumsi kopi di *coffee shop* menjadi sinyal baik untuk membangun bisnis di industri ini.

Untuk mencapai kesuksesan perusahaan, pengusaha sebagai individu harus bekerja keras, mencapai kemajuan, dan menumbuhkan motivasi yang tinggi (Juliana et al., 2018). Keberhasilan usaha merupakan pencapaian dalam usaha yang dikembangkan, dimana sebuah usaha yang tergambar melalui posisi saat ini lebih unggul dari perusahaan lain di kelasnya dan memiliki kemampuan memulihkan aset yang telah digunakan sebelumnya untuk membangun usaha .

Pada Gambar 1.1 Jumlah Gerai *Coffee Shop* di Indonesia terdapat 2937 gerai di tahun 2019, meningkat hingga 3 kali lipat dibanding 3 tahun lalu. Pertumbuhan ini juga selaras dengan pertumbuhan produksi biji kopi yang mana merupakan bahan utama dari sebuah kedai kopi. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Subang merupakan salah satu produsen besar di Indonesia yakni pada tahun 2021 mampu memproduksi 547 ton. Hal ini memungkinkan pembentukan pasar yang lebih masif. Kedai kopi merupakan bisnis yang saat ini banyak diminati, dikarenakan kebutuhan masyarakat akan kopi yang tinggi, banyak yang memulainya melalui hobi yang terus dikembangkan hingga mencapai keberhasilan.



Sumber : Ladx.id, (2023).

**Gambar 1. 2**  
**Data Peningkatan Gerai Kedai Kopi**

Dibalik pertumbuhan *coffee shop* saat ini juga diimbangi dengan kegagalan yang dirasakan oleh banyaknya *coffee shop* yang harus gulung tikar. Terdapat beberapa hal yang menyebabkan kegagalan dalam membangun bisnis *coffee shop*, seperti diantaranya kurangnya riset sebelum membangun bisnis, kesalahan dalam membuat perencanaan, kesalahan gagal memanfaatkan peluang untuk tumbuh dan belajar, tidak mengetahui konsep *coffee shop* yang dimiliki, mengabaikan arus kas dan akuntansi, terlalu banyak hutang atau tagihan, dan manajemen yang kurang baik (Land, 2023).

Munculnya banyak pelaku bisnis serupa maka persaingan akan semakin ketat. Dengan harga yang terjangkau saat ini kita sudah dapat menikmati kopi yang berkualitas dengan tempat yang nyaman dan menunjang produktifitas kerja. Para pelaku usaha harus memiliki strategi dan *skill* yang baik untuk mencapai keberhasilan dalam usaha yang dibangun.

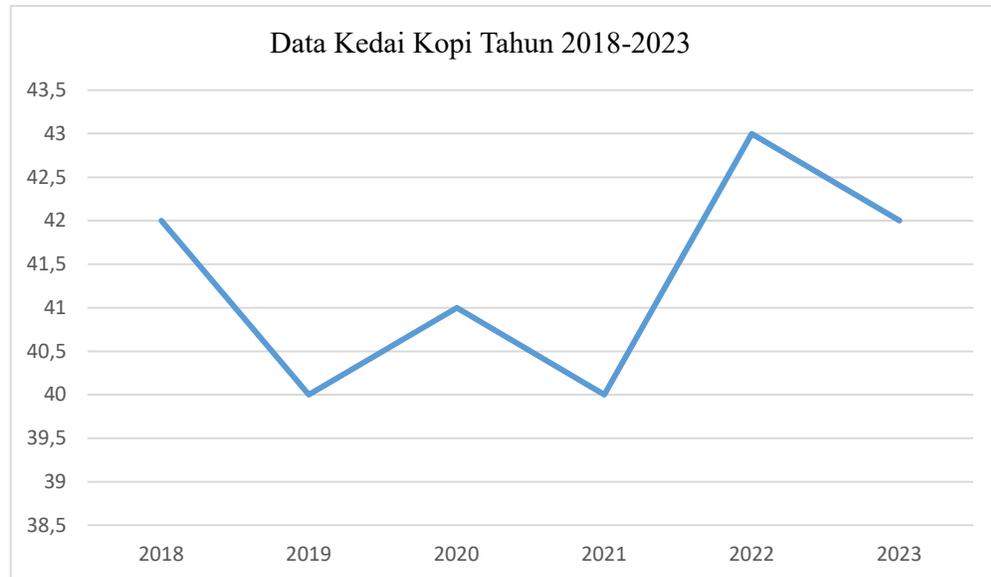
Hal yang dapat dirasakan oleh anggota komunitas kedai kopi Subang Menyeduh. Komunitas yang sudah berdiri sejak 2017 ini memiliki 66 anggota menjalankan bisnis kedai kopinya, maupun yang sudah harus gulung tikar. Sebanyak 26 kedai kopi tidak dapat bertahan lebih dari 4 tahun operasional. Didukung dengan hasil wawancara pada tanggal 13 Maret 2023 kepada ketua komunitas Subang Menyeduh yaitu Galuh Pratama menyatakan beberapa anggota atau kedai kopi mengaku bisnisnya harus ditutup lantaran kekurangan modal untuk biaya operasional sebelum bisnis itu sendiri balik modal, pembelian mesin kopi dan interior kedai kopi memakan cukup banyak biaya di awal perjalanan

Nur Gupita Safitri, 2023

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN JARINGAN BISNIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

bisnisnya. Maka sebelum bisnisnya dapat mencapai *break even point*, beberapa kedai kopi sudah kehabisan dana untuk beroperasi dan tidak dapat bertahan untuk menghasilkan laba.



**Gambar 1.3**  
**Data Kedai Kopi Tahun 2018-2023**

Berdasarkan Gambar 1.3 Data Kedai Kopi tercatat pada tahun 2023 yang masih bertahan saat ini 40 anggota atau kedai kopi yang masih beroperasi di Subang. Menurut ketua komunitas Subang Menyeduh Galuh Pratama, beberapa kedai kopi yang mengaku mengalami kurangnya kontrol oleh pemilik dalam operasional sehari-hari serta manajemen stok yang berantakan berakibat banyaknya bahan baku dengan penggunaan yang tidak efisien ataupun yang kadaluarsa tanpa diketahui tidak adanya pemeriksaan stok. Hal juga berakibat pada produktivitas baristanya, tanpa manajemen yang baik, bisnis tidak menjadi efisien dan produktif.

Menurut Ketua Komunitas Subang Menyeduh Galuh Pratama, rata-rata dalam kasus kedai kopi yang masih operasional baik yang sudah menginjak 5 tahun atau yang masih baru mengaku adanya persaingan yang ketat dengan bisnis sejenis. Maka diperlukan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru agar dapat meningkatkan keberhasilan dalam bisnis ini. Berdasarkan data ini menunjukkan daya saing antar pengusaha kedai kopi belum bisa optimal maka

diperlukan upaya untuk meningkatkan daya saing salah satunya dengan membuat inovasi produk (Rashin & Ghina, 2018).

Dalam wawancara singkat kepada salah satu pemilik bisnis Kedai Kopi Kiran, Rizal Rosadi, menyatakan saat ini bisnisnya memiliki kendala dalam produksinya, salah satu faktor yang menyebabkan kendala adalah tantangan pengadaan lokasi pemasok bahan baku di Subang. Hal ini menyebabkan kurangnya produktifitas kerja dan tidak tercapainya efisiensi kerja. Kendala dalam pembelian bahan baku disebabkan masih kurangnya jaringan yang dibuat oleh pemilik untuk memenuhi kebutuhan bisnis, diperlukan lebih banyak distributor bahan baku, kolaborasi dalam bisnis, aksesibilitas, dan koneksi dengan pihak lain untuk dapat menunjang bisnis yang lebih produktif dan efisien (Irawan, 2020a).

Peran sentral dalam kewirausahaan adalah adanya kemampuan yang kuat untuk menciptakan (*to create or to innovate*) segala sesuatu yang baru, seperti perusahaan baru, perspektif baru terhadap industri, nilai-nilai baru di dalam perusahaan, teknik produksi baru, barang dan jasa baru, pendekatan manajemen baru, dan pendekatan pengambilan keputusan baru (Alhidayat, 2022)

Sesuatu yang baru salah satunya dapat diwujudkan melalui produk yang dihasilkan. Diperlukan inovasi yang membuat pembeda kedai kopi satu dengan yang lainnya agar dapat terus bertahan ditengah persaingan yang tinggi. Dalam konteks ini, inovasi produk mengacu pada atribut seperti peningkatan, modifikasi, atau pengembangan item atau proses, serta metode dalam melakukan sesuatu dengan cara yang memaksimalkan efektivitasnya. Hal ini mengacu pada penerapan konsep-konsep baru, peningkatan layanan yang ada, dan pengembangan barang-barang baru yang lebih inovatif dalam lingkungan komersial atau korporat (Haryanti & Nursusila, 2016)

Jika seseorang dapat berpikir kreatif dan inovatif serta menciptakan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lama dengan cara yang baru, maka ia akan sukses dalam berbisnis. Rahasia keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pertumbuhan divisi penjualan produknya adalah kapasitasnya untuk berinovasi dan mengubah perspektif sedemikian rupa sehingga meningkatkan kemampuannya dalam memberikan nilai kepada klien (Zulfikar & Novianti, 2018).

Nur Gupita Safitri, 2023

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN JARINGAN BISNIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keberhasilan dalam bisnis dapat diukur dari pencapaian ekspansi perusahaan yang dikelola. Pertumbuhan dalam hal pendapatan, aset yang dimiliki bisnis, dan jumlah tenaga kerja. Hal dapat dilihat melalui historical data awal mula sebuah usaha dibangun, tidak hanya melihat pesaing, sebuah usaha juga dapat dikatakan berhasil berdasarkan pencapaian yang telah dilakukan (Yuseima & Zulfikar, n.d.).

Inovasi merupakan faktor yang penting untuk bisnis, sebagai akibat dari persyaratan, keinginan, dan harapan konsumen yang tidak menentu (Alhidayat, 2022). UMKM juga perlu lebih banyak berinovasi agar bisa lebih kompetitif lagi, produk yang berbasis inovasi dan kreativitas memiliki daya tahan dan jangka waktu yang lebih panjang (Darwanto, 2013). Sebuah bisnis agar dapat bertahan harus terus dapat membaca kebutuhan konsumen dan menerapkannya melalui inovasi. Salah satu inovasi yang harus terus dikembangkan oleh pengusaha kedai kopi adalah inovasi produk (Diandrino, 2018).

Menjadi penting bagi kedai kopi untuk memiliki *signature menu* yang menjadi ciri khas kedai satu dan yang lain dan terus mengembangkannya agar tetap dapat mengikuti perkembangan zaman. Komunitas Subang Menyeduh menjadi tempat bertukarnya pemikiran antar pemilik kedai kopi, dari pesaing menjadi teman bertukar pikiran. Dari obrolan sesama pengiat kopi, salah satu anggota komunitas Subang Menyeduh yaitu pemilik Kopi Kiran mengaku, banyak mendapat inspirasi dari komunitas ini dalam pembuatan *signature menu* nya.

Selain inovasi, jaringan bisnis juga turut serta menjadi pendorong keberhasilan usaha dimana jaringan bisnis merupakan kerjasama usaha atau hubungan-hubungan dengan pihak elemen ketiga yang dibutuhkan oleh bisnis agar sukses dan efisien adalah produktivitas. Dengan meningkatkan produktivitas dan daya saing, suatu perusahaan dapat mencapai keuntungan dan pengembangan bisnis yang diharapkan (Irawan, 2020a).

Dalam membangun suatu jaringan bisnis, ada beberapa faktor penting yaitu hubungan (*build relationship*), sebagai *partnership* (partner), sebagai media konsultasi (*advice*), saling bertukar ide (*exchanges ideas*). Kemudian ungkapan yang menegaskan bahwa “*you do not work if you do not have networking*” turut menjadi penunjang bahwa jaringan usaha menjadi faktor yang penting yang

dimana kata kata tersebut berarti “anda tidak bekerja apabila anda tidak memiliki jaringan kerja” (Alhidayat, 2022)

Terdapat banyak manfaat dari membentuk jaringan usaha, seperti meningkatkan posisi tawar, mencapai skala ekonomi, meningkatkan efisiensi bisnis, meningkatkan kekuatan pasar, meningkatkan daya saing, memfasilitasi akses terhadap informasi pasar, memungkinkan perolehan profitabilitas dan keberlanjutan bisnis. Maka pada dasarnya jaringan bisnis yang besar sangat penting bagi seorang pengusaha demi meningkatkan peluangnya untuk sukses secara komersial (Hendrawan & Wijaya, 2020). Selaras dengan hal itu, komunitas kedai kopi Subang Menyeduh menjadi jalan bagi pemilik kedai kopi untuk lebih mengenal bisnis kedai kopi dan membangun jaringan bisnis melalui komunitas.

Faktor-faktor keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti kualitas sumber daya manusia, budaya perusahaan, pengendalian organisasi, struktur, sistem manajemen, partisipasi, kekuatan modal, dan jaringan bisnis dan *start-up* (Mashuri et al., 2019). Selaras dengan penelitian secara parsial dan simultan variabel inovasi dan kreativitas pengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan bisnis (Wiranawata, 2019a). Akses ke jejaring sosial adalah salah satu elemen kunci kesuksesan wirausaha (Zampetakis & Kanelakis, 2010).

## **1. 2. Identifikasi Masalah**

Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh memiliki 40 kedai kopi yang masih bertahan dan perlu meningkatkan keberhasilan usahanya. Dengan maraknya pertumbuhan usaha kedai kopi, maka persaingan dalam industri ini semakin tinggi. Kedai kopi ini perlu lebih memperhatikan faktor faktor yang mempengaruhi keberhasilan usahanya agar dapat terus bertahan dan meningkatkannya keberhasilan usaha.

Inovasi menjadi faktor pendorong keberhasilan usaha karena dengan berinovasi sebuah bisnis akan terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Mengolah inovasi produk, pengusaha dapat mengefisiensikan biaya yang digunakan atau bahkan membuat sebuah produk baru yang dapat diterima masyarakat luas untuk nantinya diharapkan dapat meningkatkan laba dan memperoleh keberhasilan usaha. Selain pada inovasi, pengusaha juga sangat perlu untuk mengembangkan jaringan usaha dengan berbagai pihak, jaringan usaha

yang baik dapat memangkas biaya produksi dan memperluas pasar hingga keberhasilan usaha dapat dicapai.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran Inovasi Produk pada Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh.
2. Bagaimana gambaran Jaringan Usaha pada Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh.
3. Bagaimana gambaran Keberhasilan Usaha pada Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh.
4. Apakah Inovasi Produk dan Jaringan Usaha berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh baik secara simultan maupun parsial.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk memperoleh hasil temuan sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran Inovasi Produk pada Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh.
2. Mengetahui gambaran Jaringan Usaha pada Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh.
3. Mengetahui gambaran Keberhasilan Usaha pada Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh.
4. Mengetahui pengaruh Inovasi Produk dan Jaringan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh baik secara simultan maupun parsial

### **1.5. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian tentang pengaruh Inovasi Produk dan Jaringan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha ini mencakup dua kalangan yaitu kalangan Akademisi (Teoritis) dan Praktisi (Praktis).

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang ilmu kewirausahaan khususnya Inovasi Produk, Jaringan Bisnis dan Keberhasilan Usaha sehingga dari hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi penelitian sejenis dalam mengembangkan teori teori Inovasi Produk, Jaringan Bisnis dan Keberhasilan Usaha.

## 2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi wirausaha agar dapat menerapkan Inovasi Produk dan Jaringan Bisnis sehingga dapat meningkatkan Keberhasilan Usaha. Informasi tersebut semoga dapat berguna bagi pengambilan keputusan berkaitan dengan keberhasilan usaha yang berkaitan dengan Inovasi Produk dan Jaringan Bisnis.