

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan zaman pada saat ini yang berjalan begitu cepat, mendorong budaya yang mengikuti perkembangan zaman nya. Bukti dari adanya budaya yang mengikuti perkembangan zaman yaitu pada saat ini banyak terjadi di kota-kota besar di Indonesia ditandai dengan munculnya gaya hidup menghabiskan waktu dengan duduk santai di kafe selama berjam-jam, bersosialisasi dan berkumpul bersama, yang sekarang sudah menjadi kebiasaan oleh masyarakat sehingga tanpa disadari hal tersebut merupakan pengaruh dari globalisasi. Menurut (Laksono & Iskandar, 2018:157) gaya hidup adalah sikap seseorang dalam menggambarkan suatu masalah sebenarnya yang ada didalam pikiran seseorang tersebut serta cenderung bergabung dengan berbagai hal terikat dengan masalah psikologis dan emosi atau bisa juga dilihat dari apa yang diminati dan pendapatnya tentang suatu objek. Serta menurut (Suharto, 2019) Gaya hidup adalah ciri hidup seseorang yang dapat dikenali dari aktivitas atau bagaimana orang menghabiskan uang dan waktunya, dan ketertarikan atau apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan dan pendapat atau apa yang orang pikirkan tentang dunia di sekitar dan diri sendiri.

Seiring dengan berkembangnya zaman semakin banyak pula para pesaing usaha di bidang yang sama yaitu kafe, membuat pelaku usaha dituntut

untuk mencari cara untuk membuat produknya lebih unggul sehingga tidak mudah bagi pelaku usaha untuk mencitakan suatu bisnis kafe yang akan dijalankan, perlu cara atau strategi bisnis yang mampu menjadikan sebuah bisnis atau usaha yang akan dijalankan dapat bersaing dengan banyaknya kompetitor saat ini.

Bisnis kafe tergolong dalam usaha kecil menengah (UKM) yang berpengaruh penting bagi perekonomian suatu negara dan daerah, meski dilihat dari skala tidak seberapa jauh namun jumlah UKM sangat besar serta dominan sehingga mampu menyumbangkan baik untuk masyarakat maupun negara dapat dirasakan hasilnya.

Dilihat dari sisi budaya, kafe telah banyak bermunculan untuk menjadi pusat atau tempat dimana terjadi interaksi sosial seperti orang-orang dapat berbicara, berkumpul, atau sekedar mengisi waktu luang. Masyarakat pada awalnya hanya mengenal warung kopi sebagai tempat yang populer di negara Indonesia dibandingkan kafe dalam definisi masyarakat barat. Seiring dengan perkembangan serta kemajuan teknologi informasi, perkembangan zaman dan asimilasi budaya barat dan lokal, mulai banyak bermunculan pengusaha warung kopi yang berkonsep seperti halnya kafe mulai menjamur. *Coffee shop* merupakan salah satu dari berbagai jenis restoran .

**Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi Nasional tahun 2016-2023**



(Sumber: <https://katadata.co.id>)

Dapat dilihat dari data di atas menunjukkan perkembangan konsumsi kopi di Indonesia hingga tahun 2023, hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat mengkonsumsi kopi semakin tinggi. Hal ini tentu berpengaruh dengan para pemilik kedai atau kafe dengan meningkatnya jumlah konsumen. Saat ini banyak orang berkunjung ke kafe tidak hanya semata-mata menikmati kopi, namun mereka dapat menggunakan waktunya di kafe untuk kegiatan serta aktivitas seperti bekerja, berkumpul serta bersantai.

Kafe merupakan kepanjangan dari kedai kopi, kata kafe berasal dari perancis yang artinya kopi. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa kafe (kedai kopi) merupakan tempat yang menyajikan minuman kopi maupun minuman lainnya. Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) merupakan tempat yang menjual minuman berupa kopi dan jenis minuman lain, adapun makanan kecil dengan beragam harga (Setiawan E., 2019). Indonesia termasuk dalam daftar 10 negara dengan konsumsi kopi terbesar dunia. Menurut Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran (APKRINDO) Jawa Timur (1-10-2019)

menyatakan bahwa tren pertumbuhan kafe berbasis kopi meningkat 16%-18% seiring dengan perubahan gaya hidup (Widarti, Bisnis.com, 2019). Dapat dilihat bahwa potensi bisnis usaha kafe maupun kedai kopi di Jawa Timur ke depan masih sangat luas karena pasar dan bahan baku kopi yang mudah didapat dari sentra kopi Jatim, dengan berbagai jenis biji kopi yang ada di daerah-daerah seperti Jember, Bondowoso, dan Banyuwangi. Karena persaingan industri kedai kopi semakin banyak dan ketat maka diperlukan kreativitas pada setiap kedai untuk menghasilkan produk yang unik.

Salah satu cara dalam menganalisis strategi bisnis guna meningkatkan volume penjualan yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu metode analisis yang terdiri dari *strength*, *weakness*, *opportunities*, *threats* yang artinya bila diterjemahkan yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dengan kata lain analisis SWOT adalah teknik analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk membantu seseorang atau organisasi dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan persaingan bisnis atau perencanaan proyek sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

Dalam menghadapi persaingan, pelaku bisnis memerlukan suatu strategi bisnis efektif serta dapat mencegah kejadian yang tidak diinginkan serta mampu melakukan inovasi-inovasi untuk mempertahankan usaha yang telah diciptakan serta kemampuan untuk bersaing. Hal tersebut dapat berjalan dengan baik apabila dengan menetapkan strategi bisnis yang baik juga.

Faktor-faktor yang menyebabkan bisnis kafe Mikopi ini dapat bertahan lebih dari 5 tahun tidak lepas dari strategi bisnis yang meliputi strategi pemasaran, strategi manajemen sumberdaya (MSDM), strategi keuangan, dan strategi produk.

Strategi bisnis sudah dilakukan oleh pihak Mikopi sejak awal berdiri hingga sekarang, dengan melakukan strategi bisnis. Strategi pemasaran Mikopi di awal memang masih menggunakan strategi mulut ke mulut hingga akhirnya dapat memanfaatkan platform sosial media seperti Instagram dan tiktok, harga produk yang terjangkau, produk yang bervariasi hingga tempat yang sangat strategis. Strategi MSDM yaitu sebagai penentu dalam sebuah bisnis kafe Mikopi dalam menentukan tujuan, hubungan antara pemilik kafe dengan karyawan sangat baik, dekat dan komunikatif demi menjaga bisnis kafe agar tetap bertahan hingga berkembang. Strategi keuangan pada kafe Mikopi sudah mengelola keuangan dengan baik dengan mengatur pencatatan laba rugi, laporan keuangan, serta membayar gaji karyawan dengan tepat waktu. Strategi produk pada kafe Mikopi sangat bervariasi dengan menyuguhkan produk kopi hingga susu serta dibandrol dengan harga relatif lebih murah.

Strategi bisnis yang ditentukan dan dijalankan oleh pelaku usaha adalah strategi awal dalam mengembangkan bisnisnya hingga di kemudian hari. Apabila strategi tersebut dapat berjalan sesuai ekspektasi atau rencana maka bisnis pun juga dapat bertahan dalam kurun waktu yang cukup lama. Kafe Mikopi yang berada di Jalan Dharmahusada No.108 Surabaya

merupakan satu dari banyaknya kafe yang bertahan di jalan Daharmahusada dalam menjalankan bisnisnya. Dalam menghadapi gempuran persaingan, pemilik usaha kafe ini memiliki cara tersendiri hingga dapat mempertahankan bisnisnya hingga bertahun-tahun. Meski begitu kafe Mikopi harus tetap mewaspadai para pesaingnya seperti kopi Janji Jiwa, Kopi Kenangan, dan lain-lain

Kafe Mikopi yang berada di Jalan Dharmahusada No.108 Surabaya ini merupakan salah satu kafe dari banyaknya kafe yang masih bertahan dan masih eksis di era saat ini. Hal ini mengakibatkan para pelaku usaha kafe melakukan dan menetapkan strategi bisnis bagi kafanya sehingga dapat bertahan lama serta menarik atau mendorong calon konsumen untuk berkunjung ke kafe yang dimilikinya. Banyak faktor yang menentukan suatu bisnis kafe agar dilirik oleh konsumen yaitu pelayanan yang diberikan kepada konsumen, tempat yang nyaman, harga yang terjangkau, dan tempat yang strategis merupakan hal yang menjadi pertimbangan bagi calon konsumen ketika akan mendatangi sebuah kafe.

Saat ini yang menjadi suatu masalah bagi para pemilik usaha dengan banyaknya pesaing yaitu masalah strategi bisnis yang tepat dan mampu bersaing. Banyak pelaku usaha kafe yang tidak menjalankan usaha kafenya dengan strategi bisnis yang sesuai dan tepat sehingga mengharuskan mereka untuk menutup usahanya. Penentuan lokasi menjadi hal yang terpenting dalam menentukan lokasi kafe, hal ini sangat berdampak dengan banyaknya jumlah pengunjung yang akan datang serta kemudahan akomodasi bahan baku serta

menghemat biaya transportasi untuk distribusi dan penjualan produk. Untuk mencapai hasil yang maksimal, maka komponen-komponen tersebut memiliki kualifikasi produktif serta efisiensi.

Salah satu alasan banyaknya para pemilik usaha kafe tidak mampu bertahan lama dalam menjalankan usahanya yaitu kurang tepatnya pemilihan strategi bisnis yang ditentukan, sehingga pengusaha diharuskan dapat menjalankan usahanya dibarengi dengan pemilihan strategi bisnis yang tepat untuk menentukan keberlangsungan usahanya. Kafe Mikopi merupakan salah satu contoh kafe yang bertahan lumayan lama terhitung dari tahun 2017, itu artinya kafe tersebut sudah berjalan kurang lebih 5 tahun. Hal ini tentu didasari strategi bisnis yang dilakukan oleh pemilik kafe.

Realita di lapangan menunjukkan banyaknya pelaku usaha yang harus menutup tempat usahanya karena kurangnya kemampuan berkefektifitas sehingga berdampak pada usaha yang tidak mampu bertahan lama. Pelaku usaha dituntut untuk inovatif serta kreatif dalam mengembangkan ide yang kemudian diplikasikan kedalam usaha atau bisnis yang akan dijalankannya. Kafe Mikopi yang berada di Jalan Dharmahusada No.108 Surabaya ini merupakan salah satu kafe yang menerapkan kreatifitas dalam menjalankan usahanya serta faktor strategi bisnis yang lain sehingga berdampak pada bisnis yang dapat bertahan dalam waktu yang cukup lama.

**Tabel 1.1 Omzet Kafe Mikopi Dharmahusada Surabaya per bulan**

| BULAN   | PEMASUKAN         |
|---------|-------------------|
| APRIL   | RP.26,400,000,00  |
| MEI     | RP. 25,250,000,00 |
| JUNI    | RP. 23,000,000,00 |
| JULI    | RP. 26,500,000,00 |
| AGUSTUS | RP. 27,650,000,00 |

Sumber : Data Kafe Mikopi Dharmahusada diolah oleh penulis

Meski begitu walaupun bisnis kafe sedang sedang diminati oleh banyak orang serta sudah menetapkan strategi bisnis yang mereka lakukan bukan berarti bisnis kafe akan selalu survive, karena banyak bisnis yang bisa meniru kafe-kafe lain. Beberapa permasalahan yang dialami oleh kafe Mikopi diantaranya ada pada lokasi, dimana keterbatasan lahan menjadi masalah utama yang dimiliki kafe Mikopi, sempitnya lahan parkir mengakibatkan konsumen yang hendak datang mengalami kesulitan, selain itu lokasi yang berdekatan dengan jalan raya juga menjadi suatu kendala karena kenyamanan pengunjung yang terganggu akibat suara kendaraan dari jalan raya. maka sebuah bisnis kafe harus bisa melakukan kreatifitas serta inovasi dan strategi bisnis agar bisa meningkatkan penjualan serta mengembangkan usahanya. Sehingga peneliti ingin meneliti lebih dalam mengenai **“Analisis Strategi Bisnis pada Kafe Mikopi Dharmahusada dalam Meningkatkan Volume Penjualan”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan masalah yang dapat disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategi bisnis yang dilakukan oleh Kafe Mikopi dalam meningkatkan volume penjualan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui dan menganalisis strategi bisnis yang dilakukan oleh Kafe Mikopi dalam meningkatkan volume penjualan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Secara Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan menjadi sumber referensi pada penelitian selanjutnya khususnya Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis serta dapat menambah wawasan sebagai bahan kajian ilmu pengetahuan.

### **1.4.2 Secara Praktis**

1. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan serta menambah wawasan bagi peneliti dalam hal strategi bisnis pada UKM yang diteliti..
2. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat membantu kafe Mikopi Dharmahusada dalam bersaing dengan pesaingnya yang bergerak dalam bidang kuliner dalam mengatasi masalah yang berhubungan dengan strategi bisnis yang dapat meningkatkan volume penjualan demi kemajuan usaha yang dikelola.

3. Bagi Pihak lain, penulis diharapkan dapat memberi referensi, ide, dan menambah wawasan serta pengetahuan bagi pembaca untuk mahasiswa atau pihak lain yang ingin melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama.