

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejarah perkembangan kopi di Indonesia dimulai sejak abad ke 16. Saat itu Indonesia masih dalam kekuasaan penjajah Belanda. Pada tahun 1696, India mengirimkan bibit kopi Yemen atau Arabica kepada gubernur Belanda yang berkuasa di Indonesia untuk dikembangkan di Indonesia khususnya di Batavia. Jenis-jenis kopi yang ditanam pada saat penjajahan kebanyakan adalah kopi arabika dan robusta yang mempunyai daya jual rendah. Berkat kegigihan para petani kopi yang ada di Indonesia, akhirnya perkebunan kopi lambat laun semakin berkembang. Perkebunan kopi sempat pasang dan surut, terlebih lagi tidak lama setelah Indonesia merdeka terjadi krisis politik dan ekonomi. Setelah era tahun 2000'an, perkembangan kopi kembali melejit. Sejak saat itu, kopi menjadi salah satu minuman favorit banyak orang. Apalagi olahan kopi sejak saat itu semakin bervariasi. Tidak hanya kopi hitam yang berasa pahit saja, namun sudah banyak kopi dengan rasa yang nikmat. Penyebaran kopi arabika dibawa seorang berkebangsaan Belanda pada abad ke17 sekitar tahun 1646 yang mendapatkan biji arabika mocca dari Arabia. Jenis kopi ini oleh gubernur Jendral Belanda di Malabar di kirim juga ke Batavia pada tahun 1696 (Wahyudi, dkk 2018).

Kopi menjadi minuman yang terkenal di seluruh dunia. Dari sinilah muncul istilah kafe yang mengacu kepada kedai kopi/*Cafe/Coffee shop*. Istilah kata *cafe* berasal dari bahasa Perancis yang berarti kopi. Pengertian *Coffee Shop* sendiri adalah suatu tempat yang identik dengan meja-meja dan kursi yang tertata rapi dan juga sofa yang nyaman, menjual aneka varian kopi dan makanan kecil sebagai penunjang disertai alunan musik dan suasana nyaman yang dapat dirasakan oleh konsumen (Amali, dkk 2015). *Coffee shop* dikategorikan ke dalam UMKM, biasanya buka untuk 24jam tetapi karena perkembangan dan kebutuhan pelanggan yang sangat kompleks dan tidak ada habisnya, perkembangan *Coffee shop* seperti

sekarang ini yaitu suatu restoran informal yang menyediakan beberapa makanan ringan, minuman dan menyediakan tempat untuk bersantai.

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi suatu yang harus dikembangkan serta ditingkatkan setiap tahunnya sejalan dengan perkembangan perekonomian yang mengalami kenaikan dan penurunan dalam beberapa tahun ke belakang. Menurut Bank Indonesia dijelaskan bahwa UMKM memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian di Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan data UMKM telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Ketika krisis menerpa pada periode tahun 1997 – 1998, hanya UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh. Usaha mikro, kecil, dan menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia (Vijaya 2017).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tidak hanya menjadi penopang dalam perekonomian di Indonesia namun juga ASEAN. Data menunjukkan bahwa sekitar 88% sampai dengan 99,9% bentuk usaha adalah UMKM dengan penyerapan tenaga kerja yang tergolong cukup tinggi sekitar 51,7% sampai dengan 97,2%. Ini membuktikan bahwa UMKM akan membawa pengaruh positif seiring dengan perkembangannya. Perkembangan UMKM yang cukup pesat tidak terlepas dari peran pemilik atau pelaku usaha yang mampu bersaing dan bertahan dalam perekonomian global. Selain itu, perkembangan UMKM tidak terlepas dari modal usaha, karakter kewirausahaan dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku UMKM (Pamungkas, 2019).

Karakter kewirausahaan harus dibangun sehingga berbentuk unik, menarik dan berbeda. Proses membangun karakter ini memerlukan disiplin yang tinggi karena tidak pernah mudah dan seketika, diperlukan refleksi mendalam untuk membuat rentetan *moralchoice* (keputusan moral) dan ditindak lanjuti dengan aksi nyata sehingga menjadi praktis, refleksi, dan praktik. Diperlukan sejumlah waktu untuk membuat semua itu menjadi kebiasaan dan membentuk watak atau tabiat seseorang. pentingnya karakter dalam kewirausahaan menjadi

fondasi bagi kecerdasan dan pengetahuan (*brains and learning*) seorang wirausaha. Sebab kecerdasan dan pengetahuan dapat memiliki nilai jual yang baik jika dapat dimanfaatkan dengan baik. Pentingnya karakter kewirausahaan menjadi salah satu faktor yang berperan penting dalam mempertahankan jalannya bisnis, hal ini perlu dimiliki oleh seorang pemilik usaha dimana akan mampu membantu seorang wirausahawan untuk tetap bertahan menghadapi persaingan bisnis yang semakin hari semakin ketat. Dalam menjalankan bisnis, yang diperlukan bukan hanya modal dalam jumlah besar, teknik pemasaran, dan promosi, namun juga karakter wirausaha yang kuat. Karakter ini berguna dalam membangun dan memimpin sebuah bisnis (Dini, 2022)

UMKM merupakan penyedia kesempatan kerja yang sangat besar, sehingga UMKM di Indonesia memerlukan perhatian khusus agar dapat terus tumbuh dan mengembangkan usahanya. Pemerintah Indonesia menunjukkan perhatian dalam mewujudkan nyata terhadap UMKM dengan mengeluarkan undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah. UMKM di Indonesia memiliki peran seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan, peningkatan ekspor nonmigas dan berkontribusi terhadap peningkatan PDB. Bertambahnya jumlah individu yang berbisnis pada industri kreatif memberi dampak banyaknya inovasi dalam industri usaha mikro kecil menengah (UMKM). Sedangkan inovasi adalah suatu kebutuhan yang harus dipenuhi oleh tiap wirausaha agar dapat bertahan di pasaran karena semakin meningkatnya individu yang masuk di industri ini (Susdiani, 2020).

Menurut *International Coffee Organization Indonesia* (2017), saat ini perkembangan kopi di Indonesia terus mengalami kemajuan yang cukup signifikan. Beberapa daerah di Indonesia dikenal sebagai penghasil kopi terbaik dunia. Indonesia menduduki peringkat keempat dalam memproduksi kopi. Produksi kopi yang tinggi tersebut menjadi sebuah peluang bagi pelaku usaha untuk mengolahnya menjadi sebuah minuman olahan berbahan dasar kopi

karena minuman kopi sudah menjadi sebuah kebiasaan atau gaya hidup bagi beberapa kalangan. Hal tersebut mengakibatkan konsumsi kopi di Indonesia menjadi salah satu yang terbesar di dunia, Dengan konsumsi kopi yang besar tersebut mengakibatkan maraknya *Coffee House*.

Kabupaten Sinjai merupakan salah satu kabupaten di Sulawesi Selatan yang sedang berkembang. Berdasarkan data BPS (2023), perkembangan UMKM di Kabupaten Sinjai saat dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Pada tahun 2020 jumlah UMKM sebanyak 21.562 unit, tahun 2021 sebanyak 55.584 unit dan di tahun di 2022 jumlah UMKM meningkat menjadi 56.065 unit. Saat ini perkembangan *coffee shop* semakin meningkat seiring dengan peningkatan selera konsumen, tingginya minat kaum muda terhadap *Coffee shop* ini menyebabkan tumbuhnya berbagai macam industri baru. *Coffee shop* merupakan kebutuhan hidup dan tempat untuk melepaskan kepenatan setelah melakukan rutinitas sehari-hari.

Beberapa permasalahan UMKM dalam melakukan kegiatan kewirausahaan seringkali menjadi batu sandungan, antara lain distribusi barang, perizinan, pembukuan yang masih manual, pemasaran, produk, harga, sumber daya manusia, promosi serta hal lainnya yang sering menghambat proses kegiatan kewirausahaan. (Ardiansyah, 2019). Dari permasalahan di atas karakter wirausaha memiliki peran yang penting dalam membantu UMKM mengatasi berbagai masalah dan menyusun suatu strategi pemasaran dalam menjalankan bisnis mereka.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Karakter Wirausaha dan Startegi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM *Coffee shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana karakter wirausaha UMKM *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai ?

2. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan UMKM *Coffee Shop* ?
3. Bagaimana perkembangan usaha UMKM *Coffee Shop* ?
4. Bagaimana pengaruh karakter wirausaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM *Coffee Shop* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dari penelitian sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan karakter wirausaha UMKM *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai.
2. Mendeskripsikan strategi pemasaran yang diterapkan UMKM *Coffee Shop*.
3. Menganalisis perkembangan UMKM *Coffee Shop*.
4. Menganalisis pengaruh karakter wirausaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha UMKM *Coffee Shop*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti, sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.
2. Bagi UMKM *Coffee Shop* meningkatkan informasi pengetahuan pentingnya karakter wirausaha dan strategi pemasaran dalam pengembangan UMKM *Coffee Shop* di Kelurahan Biringere, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai.
3. Bagi Pemerintah hasil penelitian dapat memberikan dasar yang kuat bagi pembuatan kebijakan oleh pemerintah. Data dan analisis yang diperoleh dari penelitian dapat membantu pemerintah dalam memahami isu-isu tertentu secara lebih mendalam sehingga kebijakan yang dihasilkan menjadi lebih efektif dan efisien.