

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memulai bisnis bukan hanya soal modal dan keahlian. Karena kebanyakan pengusaha sukses biasanya pintar membaca dan melihat peluang bisnis. Ketika jeli menemukan peluang bisnis yang menjanjikan, maka bisnis akan lebih mudah berkembang. Namun, jika asal-asalan, bisnis yang dipilih bisa jadi tidak mampu bersaing dengan jenis bisnis lainnya. Pada akhirnya itu hanya akan gagal. Masalahnya, melihat atau menciptakan peluang bisnis sendiri tidaklah mudah. Dibutuhkan pengalaman dan analisa yang kuat agar bisnis yang dipilih suatu saat bisa berkembang dan memberikan omzet yang tinggi besar. (Wasfam, 2020, hlm. 21)

Menjadi seorang wirausahawan membutuhkan kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkannya, dan mengambil tindakan yang tepat untuk mencapai kesuksesan. Menurut Mas'ud Machfoedz dan Mahmud Machfoedz (2004), wirausahawan adalah inovator yang dapat mengubah peluang menjadi ide yang dapat dipasarkan dan memberikan nilai tambah melalui usaha, waktu, biaya, dan keterampilan. mendapatkan keuntungan.(Anang&Anita, 2019, hlm. 2)

Kewirausahaan dipandang sebagai fungsi yang melibatkan pemanfaatan peluang yang muncul di pasar. Kewirausahaan terkait erat dengan inovasi dan kreativitas. Karena inovasi dikenal efektif untuk melakukan sesuatu yang baru.

Namun hal baru yang mungkin tidak mudah diterima oleh masyarakat. (Anang&Anita, 2019, hlm. 31)

Untuk meningkatkan kreatifitas, ikutilah perkembangan trend saat ini. Tren adalah sesuatu yang diminati sekelompok besar orang pada saat yang bersamaan. Oleh karena itu, ide bisnis yang mengikuti tren akan berpeluang menjadi populer dalam waktu singkat dan menarik banyak konsumen. Sama seperti perkembangan zaman saat ini, di era globalisasi dunia bisnis semakin berkembang dan maju dengan pesat. Tidak bisa dipungkiri lagi di era globalisasi ini membuat pelaku usaha akan lebih mudah untuk bersaing dan melakukan berbagai inovatif dalam menjalankan bisnis usahanya dengan mengikuti perkembangan kehidupan dan gaya hidup masyarakat seperti sekarang ini yang menjadi suatu kebiasaan atau rutinitas dengan bersantai, berbincang-bincang bersama teman atau rekan kerja sambil menikmati makanan dan minuman.

Perkembangan dunia bisnis saat ini meliputi berbagai jenis bidang usaha termasuk usaha *Coffee Shop* yang saat ini sedang tren dan semakin berkembang ditengah masyarakat, dimana pelaku usaha memanfaatkan dari suatu kebiasaan gaya hidup sekelompok individu yang menjadikan *Coffee Shop* sebagai tempat untuk minum kopi sambil bersantai.

Pergeseran budaya membuat keberadaan *Coffee Shop* semakin dikenal di masyarakat dengan adanya perkembangan dan kebutuhan pelanggan yang tidak ada hentinya seperti sekarang ini. *Coffee Shop* juga menjadi media bersosialisasi dari berbagai kalangan dan mempunyai latar belakang yang beragam. (Dani, 2019, hlm. 3)

Selain tempat bersantai untuk meminum kopi, *Coffee Shop* juga sebagai tempat untuk berdiskusi, rapat, atau mengerjakan tugas bagi pengunjung. Karena *Coffee Shop* tidak hanya menawarkan secangkir kopi tetapi juga menawarkan minuman dan makanan lain khusus untuk pelanggan yang tidak meminum *coffee*, serta menyediakan tempat yang modern dengan didukung fasilitas internet, *style furniture* kekinian, kaligrafi sebagai tempat foto. sehingga banyak menarik perhatian pengunjung untuk datang bahkan sekedar mengobrol santai menikmati suasana yang nyaman. (Farhan, Webby & Dini, 2019, hlm.138).

Maraknya tren *Coffee Shop* saat ini di kalangan masyarakat, usaha ini telah menjadi usaha yang sangat banyak diminati sebagai orang dan termasuk salah satu jenis paling menguntungkan bagi semua pelaku usaha. Hal ini dikarenakan kebutuhan kopi masyarakat yang tinggi, tak heran ada yang mengawalinya dari hobi kemudian menjadikan sebuah bisnis yang bernilai. Jangkauan dan pasar yang dituju mencakup semua kalangan mulaidari muda hingga tua yang menjadikan *Coffee Shop* sebagai pilihan tempat favorit untuk di kunjungi, sehingga untuk itu sebagai pelaku usaha diperlukan startegi agar mampu mempertahankan bisnisnya dikarenakan ketatnya persaingan selain itu agar dapat memanfaatkan peluang yang ada semaksimal mungkin. (Eulis, 2020, hlm. 73-74).

Hal inilah yang mendorong berkembangnya usaha *Coffee Shop* di kalangan pelaku usaha. Sebagaimana firman Allah dalam kitabnya QS Ar-Rad ayat 11 :

لَهُ مَعْرَبَةٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ
حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ
مِنْ وَالٍ

Artinya :

“sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

Salah satu faktor atau sebab orang tertarik berbisnis *Coffee Shop* adalah memiliki pasar yang luas dan juga kecintaan dan ketertarikan terhadap kopi merupakan salah satu alasan pelaku usaha menjalankan usaha *Coffee Shop* karena alasan kecintaannya atau hobi terhadap kopi sehingga tertarik untuk lebih tahu tentang seluk beluk kopi melalui pendirian *Coffee Shop* yang mana penikmat dari *Coffee Shop* juga terdiri dari beberapa kalangan atas atau kalangan bawah. Walaupun kita tak memungkiri bahwa banyak faktor yang mendorong seseorang untuk berbisnis *Coffee Shop*. (Yunus & Susilaningsih, 2018, hlm.7)

Selain menjadi peluang usaha yang menguntungkan *Coffee Shop* juga dianggap jenis usaha yang mudah untuk dilakukan dan menjanjikan, maka dari itu pemilihan strategi yang tepat diperlukan dalam menjalankan usaha di tengah persaingan yang ketat guna membantu dalam persaingan usaha, misalnya mampu mengetahui atau melihat peluang dan ancaman yang perlu dimanfaatkan atau di hindari, sehingga mengetahui strategi yang paling tepat dalam menghadapi antara pesaing yang ada. (Gisella, 2017, hlm.3)

Belakangan ini tren minum kopi telah melanda kota Muara Teweh, terbukti dalam beberapa tahun ini banyak *Coffee Shop* yang muncul dan terus berkembang di kota ini. Seperti, *Evonkly Coffee*, *Paragraf Kedua Coffee*, *Utara Coffee*, *Tetes Kopi*, *Janji jiwa*, *itah Itah*, *Sebelas Dua Belas Coffee*, *Lorong Tengah*, *Pekarangan*

kopi, Juragan Kopi, Awen Kopi, Daur Kopi, Ayung Kopi, Kopi Lintas Kota, Si Buncu Kopi, dan banyak lagi.

Seperti yang dijelaskan di atas, usaha *Coffee Shops* sudah mulai berkembang pesat di Kota Muara Teweh. Banyak bermunculan pelaku usaha yang bersaing untuk membuka *Coffee Shop* ini dengan ide – ide dan strategi konsep yang berbeda-beda mulai dari segi desain interior tempat maupun sajian dari *Coffee Shop* itu sendiri untuk memikat pengunjung. Tidak hanya itu para pelaku usaha di Muara teweh pun merencanakan bagaimana konsep kedepan *Coffee Shop* mereka dengan teliti juga pintar dalam melakukan riset pasar agar *Coffee Shop* mereka menarik dan tetap menjaga pelanggan seperti memenuhi kebutuhan mereka yang tiada batasnya.

Peneliti menjadikan Muara teweh sebagai objek penelitian karena maraknya fenomena usaha *Coffee Shop* yang menjadi pilihan pelaku usaha. Selain berlatar belakang golongan pengusaha, peneliti melihat pelaku usaha *Coffee Shop* di muara teweh sebagian terpacu dari hobi, pengalaman pribadi, gaya hidup dan terpengaruh serta mendapat dukungan oleh teman yang sama mempunyai usaha *Coffee Shop* itu sendiri. Mereka melihat fenomena usaha *Coffee Shop* di Muara Teweh yang setiap tahunnya berkembang pesat dan itu terbukti dengan bertambahnya *Coffee Shop* yang baru.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, ***“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaku usaha dalam Pengambilan Keputusan Memilih Usaha Coffee Shop di Kota Muara Teweh Kalimantan Tengah”***.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa faktor yang mempengaruhi pelaku usaha memilih usaha *Coffee Shop* ?
2. Apa pendukung dan penghambat usaha *Coffee Shop*?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang dikemukakan diatas maka ada tujuan dalam penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pelaku usaha memilih usaha *Coffee Shop*
2. Untuk mengetahui pendukung dan penghambat usaha *Coffee Shop*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Sebagai sumbangan pemikiran atau pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan keputusan dalam memilih usaha di bidang ekonomi.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai acuan atau referensi mahasiswa dibidang muamalah. Serta penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman tentang kewirausahaan dan peluang usaha bagi pelaku usaha lain dalam memilih usaha *Coffee Shop* dan sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan cara memilih usaha.

Tidak hanya itu juga, bagi penulis sangatlah berguna untuk menambah wawasan pengetahuan tentang bagaimana melihat peluang usaha dan memilih usaha, serta juga bagi penulis sebagai syarat untuk menyelesaikan studi S1 Ekonomi Syariah pada kampus Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Teruntuk pihak lain sebagai pendorong untuk berkarya dan sebagai penambahan wawasan serta pemahaman terhadap objek yang diteliti guna menyempurnakan perkuliahan dan sebagai sumbangan perbandingan atau bahkan pikiran dalam melakukan penelitian yang sama pada tempat yang berbeda atau pada tempat yang sama pun pada masa yang akan datang.

E. Definisi Operasional

1. Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, begitu besarnya pengaruh yang akan terjadi jika seandainya rekomendasi yang dihasilkan tersebut terdapat kekeliruan atau adanya kesalahn-kesalahan yang tersembunyi karena faktor ketidak hati-hatian dalam melakukan pengkajian masalah.(Irham, 2016, hlm. 2)
2. Pengambilan keputusan (*Decision making*) adalah sebuah mekanisme dalam melakukan penilaian dan menyeleksi sebuah atau beberapa pilihan. Ketetapan *decision making* dirumuskan setelah menjalani beberapa proses perhitungan rasional dan peninjauan alternative. Sebelum kesimpulan

dirumuskan dan dilaksanakan, terdapat beberapa jenjang tahapan yang harus dilalui oleh si pembuat keputusan. Jenjang tahapan tersebut mungkin dapat meliputi rekognisi permasalahan dasar, menyiapkan putusan alternative yang dapat dipilih, lalu mencapai fase pemilihan keputusan terbaik. (Rizky & Dewi, 2020, hlm. 2).

Pengambilan keputusan yang peneliti maksud disini adalah pengambilan keputusan seorang pemimpin berjiwa kewirausahaan haruslah kreatif, terutama dalam pengambilan keputusan. seorang pelaku usaha harus percaya diri bahwa keputusan yang diambilnya adalah tepat. Kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat itulah yang membedakan seorang kewirausahawan dibandingkan dengan orang lain.

3. Pelaku usaha atau wirausaha yaitu pelaku utama dalam melakukan proses yang disebut *creativestruction* (pengerusakan yang kreatif) untuk menghasilkan suatu nilai tambah (*added value*) guna menghasilkan nilai yang lebih tinggi, sehingga inti dari keterampilan wirausaha adalah kreativitas. (Anang & Anita, 2019, hlm. 2)

Seorang wirausahawan mengidentifikasi antara peluang dan sumber daya yang sesuai untuk membangun sebuah usaha yang diinginkannya dengan melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif sesuai ide pengembangannya sampai menemukan peluang (*opportunity*). (Ika, 2019, hlm. 2)

Pelaku usaha yang dimaksud disini adalah pelaku usaha yang melihat fenomena atau maraknya suatu usaha yang terjadi saat-saat ini dan

menjadikan peluang usaha untuk pelaku usaha itu sendiri dengan kreativitas dan inovasinya dalam memilih suatu wirausaha.

4. Usaha *Coffe Shop* adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman, dan dilengkapi dengan alunan musik, baik lewat pemutar atau pun *live music*, menyediakan televisi dan bacaan, desain interior khas, pelayanan yang ramah.

F. Penelitian Terdahulu

Adapun untuk penelitian terdahulu yang penulis lihat yang rasa relevan dengan penelitian ini ialah sebagai berikut

1. Penelitian ini dilakukan oleh Imrotun Muawanah tentang Fenomena “Maraknya *Coffee Shop* Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda di Kota Metro”. Dalam penelitian ini penulis lebih membahas tentang munculnya tren gejala *Coffee Shop* sebagai gaya hidup.
2. Penelitian ini dilakukan oleh Elly Rasmikayati, Sintia Afriyanti, dan Bobby Rachmat Saefudin tentang Keragaan, Potensi, dan Kendala Usaha Kedai Kopi di Jatinangor, penulis lebih menekankan kepada beberapa potensi dan kendala pada usaha kedai kopi.
3. Penelitian ini dilakukan oleh William Marcel Tanwijaya, Ribka Magdalena Kumaat, dan Caroline B. D. Pakasi, tentang Analisis Keuntungan Usaha Kedai Kopi “BABA BUDAN” Jalan Roda di Kota Manado, penulis lebih menekankan kepada keuntungan yang didapati dalam usaha kedai kopi.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rafdi Qastari dengan judul Persaingan Usaha Kafe dan Warung Kopi di Kota Watampone, penulis lebih menekankan bagaimana persaingan antara usaha kafe dan warung kopi.
5. Penelitian ini dilakukan oleh E Handayani dengan judul tentang Strategi Pemasaran Bisnis Kedai “Kopi Pulang” Untuk Menarik Pelanggan, disini penulis lebih menekankan kepada strategi yang dilakukan untuk menarik pelanggan.

Sedangkan penelitian yang akan peneliti tulis yaitu penelitian tentang faktor-faktor memilih usaha yang berjudul: “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PELAKU USAHA DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH USAHA COFFEE SHOP DI KOTA MUARA TEWEH” berbeda dengan skripsi-skripsi pada lainnya, karena peneliti disini ingin mengetahui alasan dan penyebab pelaku usaha memilih usaha *Coffee Shop*. Oleh sebab itulah penelitian ini menyampaikan apa saja yang menjadi faktor-faktor pelaku usaha memilih usaha *Coffee Shop* dibandingkan usaha lain. Dan juga penelitian ini ingin mengetahui apa saja yang menjadi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam usaha *Coffee Shop* di Kota Muara Teweh, Kalimantan tengah.

G. Sistematika Pembahasan

Agar dapat memberikan gambaran yang sistematis mengenai susunan skripsi ini, maka penulis membagi beberapa bab yang masing saling berkaitan yang terdiri dari beberapa bab yaitu:

Bab I: Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan tentang: Latar Belakang Penelitian, sehingga terdapatlah apa yang menjadi Rumusan Masalah Penelitian ini dan Tujuan Penelitian, juga terbentuknya Kegunaan Penelitian skripsi ini dengan di Definisi Operasional, Penelitian terdahulu dan Sistematika Pembahasan.

Bab II: Landasan Teori

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang: Teori Usaha *Coffee Shop* yang menjadi tren saat ini sehingga menjadi usaha yang sangat diminati oleh pelaku usaha sekarang dengan di jelaskan dari Pengertian Pengambilan Keputusan, Pelaku Usaha/Kewirausahaan, Tinjauan Peluang Usaha dalam Memilih usaha, dan Usaha *Coffee Shop*.

Bab III: Metode Penelitian

Dalam bab ini berisikan tentang: Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian, Lokasi Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Data dan Sumber data, Metode Pengumpulan Data serta Analisis Data.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini berisi tentang: Hasil penelitian, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaku Usaha dalam Pengambilan Keputusan Memilih Usaha

Coffee Shop di Kota Muara Teweh, Kalimantan Tengah. Serta Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Usaha *Coffee Shop*.

Bab V: Kesimpulan Dan Saran

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan, saran serta penutup

