

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan di pekotaan saat ini banyak dari mereka yang mengikuti Tren dan menoleransi semua yang datang dari luar. Masa remaja sebagai masa penyusunan diri mental mulai terjadi, berubah menjadi masa yang signifikan bagi perkembangan individu sebelum memasuki masa dewasa.

Salah satu kebutuhan saat ini adalah sosialisasi diri dalam pergaulan. Hal ini merupakan salah satu yang menyebabkan berkembangnya dalam berbagai industri baru , munculnya usaha bisnis dari inovasi dan kemajuan pemilikinya. mulai dari kebutuhan sandang, pangan, papan, alat tulis, transportasi, hingga kebutuhan yang sangat diharapkan untuk keinginan atau kepuasan diri. (Iman dkk., 2022)

Beberapa perusahaan yang muncul saat ini karena ide-ide inovatif yang kemudian berkembang dalam hal membuat pasar sendiri, atau pemikiran bisnis imajinatif yang dimotivasi oleh persepsi perilaku orang lain. Hal ini dibedakan dengan banyaknya *Coffee Shop* di kota Banjarmasin. Keterlibatan *Coffee Shop* di kota Banjarmasin ini menjadi peluang bisnis yang menjanjikan bagi para pengusaha, selain itu fasilitas penunjang bagi para pengunjung seperti wi-fi, live-music, dan juga rancangan luar biasa yang membuat kepentingan berbagai kalangan masyarakat di kota Banjarmasin. (Novita Anjarsari dkk., 2021)

Setiap *Coffee Shop* selalu berharap agar produknya bisa diterima pasar. Salah satu ciri bahwa produk tersebut dapat diterima adalah pembelian oleh konsumen terhadap produk tersebut, salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan memahami keinginan dan kebutuhan pasar, yang kemudian dapat digunakan sebagai panduan untuk mengembangkan strategi dan mendorong proses pengambilan keputusan pelanggan. (Fauzi dkk., 2022)

Adapun untuk secangkir kopi yang dibandrol dengan harga Rp 20.000 hingga Rp 25.000, harga tersebut dua kali lipat dari harga secangkir kopi yang ada dipinggir jalan. Namun, harga yang diambil sudah menjadi harga pasar untuk setiap *Coffee Shop*. di kota Banjarmasin terdapat banyak *Coffee Shop* dengan konsep yang berbeda, dengan alasan kepuasan pelanggan, dan tentunya untuk mendapatkan bagian pasar guna untuk mendapatkan keuntungan dari usaha yang dijalankan. *Coffee Shop* mengalami perkembangan yang meningkat sehingga menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Konsumen kopi memiliki selera dan pilihan yang bermacam-macam untuk memenuhi keinginannya, maka tidak heran lagi jika banyak *Coffee Shop* di kota Banjarmasin mengalami naik turunnya penjualan, bahkan beberapa diantara *Coffee Shop* mengalami gulung tikar untuk mereka yang tidak dapat menghadapi persaingan. (M. E. Wowor dkk., 2020)

Bahkan sekarang banyak inovasi-inovasi yang kreatif yang berkembang mengikuti zaman, salah satunya adalah *pop-up coffee shop*.(Wulandari & Desi, 2025) *Pop-up coffee shop* adalah kafe yang bersifat sementara, di Banjarmasin banyak terdapat di pinggir-pinggir, ada yang menggunakan gerobak, motor bahkan mobil sebagai salah satu alat mereka berjualan dan memasarkan barang mereka.

Disebut sementara karena mereka akan bongkar pasang dalam hal membuka dan menutup kedainya, dan biasanya mereka meminjam tempat kepada orang untuk lahan berjualan. Berbeda dengan *Coffee Shop* permanen yang untuk keberlangsungan lama (Armenski & Gomezelj, 2011).

Istilah "*ritel pop-up*" mulai muncul pada akhir tahun 1990-an setelah acara *The Ritual Expo* yang diselenggarakan oleh *Patrick Courrielche*. Acara tersebut merupakan acara satu hari yang menggabungkan musik, makanan, dan mode dalam satu pengalaman berbelanja (Keiser & Tortora, 2022).

Contoh *Pop-up Coffee Shop* di Banjarmasin



Perusahaan-perusahaan khususnya yang ada di Banjarmasin, selalu mencari usaha baru, dan bisnis *Pop-up Coffee Shop* adalah salah satu peluangnya. Di Banjarmasin baru-baru ini bermunculan *Pop-up Coffee Shop*, kafe yang bersifat sementara. Saat ini jumlah *Pop-up Coffee Shop* di Banjarmasin sekitar kurang lebih 10 merk. Semakin banyaknya merk *Pop-up Coffee Shop* mengakibatkan para usaha sejenis berlomba-lomba memenangkan pangsa pasar. Pengusaha *Pop-up Coffee shop* perlu kreatif dalam menciptakan produk minuman atau rasa makanan yang bervariasi untuk dipasarkan. Pandangan pelanggan

sangat penting bagi perusahaan yang melakukan operasi komersial agar tetap eksis. Ini mengacu pada bagaimana strategi harus mencari dan mempertahankan konsumen.

Tidak semua strategi bersaing bisa dapat diterapkan dalam suatu pengelola atau pemilik. karena adanya batasan yang digerakkan oleh faktor Eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor Internal (kekuatan dan kelemahan) yang dihadapi sebagai pengelola atau pemilik dalam menghadapi persaingan. (Sari & Halim, 2022). Sejalan dengan itu, penting untuk membentuk sistem yang lengkap melalui tiga tahap pengambilan keputusan, yaitu tahap input, tahap koordinasi, dan tahap pilihan. Tahap input penting digunakan untuk mengenali sumber potensial dan untuk mengukur posisi perusahaan sehingga dapat mengetahui strategi yang tepat ketika adanya persaingan untuk tujuan jangka Panjang. Berdasarkan paparan yang sudah diatas dijelaskan, penulis akan melakukan penelitian mengenai “Analisis daya saing usaha *Pop-up Coffee Shop* di kota Banjarmasin.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka menjadi permasalahan yang akan diangkat pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan daya saing usaha *pop-up coffee shop* di Banjarmasin.
2. Bagaimana strategi daya saing usaha *pop-up coffee shop* di Banjarmasin.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan daya saing usaha *pop-up coffee shop* di Banjarmasin.
2. Mengetahui strategi daya saing usaha *pop-up coffee shop* di Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan bermanfaat, dapat memberikan sumbangan pengetahuan di bidang daya saing usaha dan menjadi rujukan dalam penelitian selanjutnya.
 - b. Sebagai salah satu informasi dan untuk mengetahui seberapa besar dampak dari variabel diatas yang membuat daya saing tetap dapat bertahan terutama di Banjarmasin.
2. Secara Praktis
 - a. Penelitian ini juga berguna untuk memecahkan suatu masalah yang banyak bisa kita jumpai di masyarakat, seperti *coffee shop*, *pop-up* atau bahan stand-stand yang sangat banyak, masyarakat sadar akan manfaat yang dibuat dan menempatkan sesuatu pengembangan.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam persaingan usaha terutama untuk daya saing yang cukup banyak.
- c. Penelitian ini diharapkan sebagai acuan sebuah usaha untuk mengembangkan usahanya agar lebih memiliki tingkat produktivitas yang baik.

E. Definisi Operasional

Daya saing adalah kemampuan produk untuk dapat masuk kedalam pasar baik dalam negeri maupun luar negeri dan kemampuannya untuk dapat bertahan di dalam pasar tersebut melawan para pesaing lain. Jika suatu produk kompetitif, maka akan dituntut oleh konsumen (Novita Anjarsari dkk., 2021)

Untuk menghindari adanya kesalahan dalam memahami maksud judul penelitian ini, maka penulis perlu mengemukakan definisi operasional sebagai berikut:

1. Daya saing adalah kemampuan produk dalam bersaing dan bertahan di sebuah pasar, yang melibatkan hal seperti kualitas, harga dan inovasi. Indikator daya saing. Zeithaml dan Bitner (2000) mengatakan bauran pemasaran (marketing mix) perusahaan dalam bentuk jasa berupa product, price, promotion, place, physical evdent, process, peoples(7P). (Samsiyah, 2016)
2. *Pop-Up Coffee Shop* terdiri 2 kata yaitu *pop-up* dan *coffee shop*. *Pop-up* atau *pop-up store* adalah took offline yang dibuka secara tidak permanen memiliki jadwal buka tutup dan lokasi berjualan yang tidak pasti

(Kumparan., 2023). *Coffee shop* adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi, minuman dan juga makanan yang dibalut dengan suasana yang nyaman disertai alunan musik atau pun live music, pelayanan yang ramah, dan menyediakan koneksi internet secara gratis untuk setiap pengunjungnya (Herlyana, 2012). Adapun *Pop-Up Coffee Shop* yang diteliti dalam penelitian ini adalah *Pop-Up Coffee Shop* berbentuk rombongan /gerobak yang biasanya berpindah-pindah lokasi di sekitar kota Banjarmasin.

3. Usaha *Pop-Up Coffee Shop* yang diteliti dalam penelitian ini adalah usaha penjualan kopi sementara yang biasanya beraktifitas dalam jangka waktu tertentu, biasanya lokasi tidak bersifat permanen, dan pada pelayanannya terhadap konsumen dengan kurun waktu yang singkat.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini memiliki 5 Bab sebagai bagian dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. BAB I, berisi pendahuluan yang didalamnya terdapat latar belakang penelitian yaitu terkait analisis daya saing usaha *pop-up coffee shop* di Banjarmasin. Selanjutnya membuat rumusan masalah dan tujuan penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah yang ada. Hingga akan didapatkan signifikansi penelitian, definisi operasional, dan sistematika penelitian.
2. BAB II, berisi tentang kajian teori dan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan analisis daya saing usaha *pop-up coffee shop* di

Banjarmasin. Selain itu, terdapat kerangka berpikir sebagai alat dalam mempermudah pemahaman dalam penelitian ini.

3. BAB III, berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, Teknik analisis data berisi tentang apa saja di perlukan tahapan penelitian terkait analisis daya saing usaha *pop-up coffee shop* di Banjarmasin.
4. BAB IV, berisi hasil penelitian atau pembahasan data yang dilakukan oleh penulis mengenai analisis daya saing usaha *pop-up coffee shop* di Banjarmasin.
5. BAB V, berisi penutup yang di dalamnya terdapat kesimpulan dan saran-saran terkait hasil penelitian, kesimpulan tersebut berisi ringkasan hasil penelitian dan saran-saran diberikan pengusaha maupun pihak lainnya.