

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu komoditas dunia yang membawa nama Indonesia, khususnya Jawa. Dalam perkopian dunia, secangkir kopi diistilahkan sebagai *a cup of java*. Indonesia (khususnya Jawa) sejak Jaman Belanda dikenal sebagai produsen kopi dengan cita rasa terbaik di dunia.

Saat ini, Indonesia merupakan produsen dan juga sekaligus konsumen penting komoditas kopi. Sebagai produsen, Indonesia menempati urutan keempat setelah Brasil, Vietnam dan Kolombia, dan sebagai konsumen berada dalam urutan ketujuh (International Coffee Organization (ICO), 2017). Bagi masyarakat Indonesia pada umumnya, minum kopi telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari terutama bagi orang-orang tua dan sekarang juga anak-anak muda dan remaja.

ICO (2015) menunjukkan pertumbuhan peminum kopi di Indonesia berkembang pesat, lebih daripada pertumbuhan dunia, yaitu 8% untuk pertumbuhan peminum kopi Indonesia sedangkan pertumbuhan peminum kopi dunia hanya mencapai 6%. Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi

Indonesia (AEKI) menyebutkan pertumbuhan konsumsi kopi nasional meningkat dari 0,8 kilogram per kapita menjadi 1,3 kilogram per kapita.

Perkembangan industri kopi dunia juga berimbas pada industri kopi Indonesia. Industri kopi Indonesia mengalami peningkatan pada industri hilir sebagaimana terlihat pada maraknya UMKM *Coffee shop* dewasa ini.

Usaha mikro kecil dan menengah mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja yang sangat besar dimana mengalami pertumbuhan 96,99 % menjadi 97,22 % dalam periode lima tahun terakhir (Badan Pusat Statistika, 2018). Dalam krisis

ekonomi yang terjadi beberapa waktu yang lalu, banyak usaha berskala besar yang mengalami masalah, akan tetapi UMKM terbukti dapat bertahan dan terus eksis dan dapat bertahan melewati krisis yang terjadi akan tetapi banyak permasalahan yang timbul pada UMKM seperti keterbatasan modal, sumber daya manusia yang rendah dan minim ilmu pengetahuan serta teknologi (Sudaryanto & Hanim, 2002).

Pemberdayaan dan pengembangan UMKM pada saat ini dimana arus globalisasi, serta tingginya tingkat persaingan membuat UMKM harus menghadapi tantangan skala global. UMKM dituntut untuk meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan bagi pelaku industri UMKM untuk menambah nilai jual agar dapat bersaing dengan produk sejenis yang berskala besar serta produk asing yang banyak masuk ke industri dan manufaktur di Indonesia, hal ini karena UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011).

Kota Bekasi saat ini memiliki kedai kopi sampai 1.300. Meskipun tidak menghasilkan kopi tetapi mampu berinovasi meracik kopi dari berbagai daerah menjadi sajian kopi yang menarik. Contohnya di Gedung Biru Pemkot Bekasi ada kopi Black Bekasi yang punya ciri khas sendiri. Abdilah Hamta, Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bekasi menyatakan hal ini dalam Ngopi Kemerdekaan “Kopi. Gaya Hidup dan UMKM” yang diselenggarakan Media Perkebunan bekerjasama dengan Pemkot Bekasi di Blue Pea Cafe.

Produk kopi di kafe-kafe kota Bekasi juga tidak kalah dengan daerah lain. Penggiat kopi yang pada umumnya UMKM juga sangat antusias. Kegiatan UMKM kopi Bekasi ini mampu meyajikan ciri khas sendiri. “Kalau Belitung disebut kota 1000 warung kopi maka Bekasi bisa jadi kota 1001 warung kopi,” katanya. Pada kesempatan itu juga ditampilkan 3 contoh inovasi kopi UMKM Bekasi. Inovasi mempunyai arti lebih luas dari

penemuan. Inovasi disini adalah proses kreatif yang membuat objek-objek dan substansi baru yang berguna bagi manusia, namun lebih luas dari sekedar penemuan dan jangka waktunya lama. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Dengan demikian, inovasi adalah suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang baik dan keteguhan serta dedikasi untuk mempertahankan konsep melalui implementasi.

Kopi raga menampilkan mocktail coffee yaitu kopi cold brew selama 8-12 jam ditambah dengan sirup dan ekstrak buah lainnya. Kopi lainnya adalah kopi rempah A Latif. Kopi ini merupakan resep warisan leluhur, bangsa Indonesia sudah sejak jaman dulu minum kopi dicampur rempah. Kopi yang dicampur jahe, adas, kunyit, cengkeh dan cabe jawa ini cocok dikonsumsi pada masa pandemi karena meningkatkan imunitas tubuh. Kopi lain yang akan dijadikan unggulan Kota Bekasi adalah kopi bunga telang. Bunga telang banyak tumbuh di pagar rumah. Bunga telang merupakan pewarna alami yang tidak mempengaruhi rasa kopi.

Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran di UMKM *coffee shop* adalah teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi saat ini membuat manusia sudah tidak lagi memperlakukan batas jarak, ruang dan waktu. Teknologi informasi melahirkan internet, internet menawarkan banyak manfaat bagi UKM untuk meningkatkan pemasaran produknya. Selain itu juga internet memberikan manfaat meningkatkan kesempatan UKM untuk bekerjasama dengan pengusaha lainnya. Salah satu teknologi internet yang sedang berkembang pesat dan sangat berpotensi untuk mendorong pemasaran UKM adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis.

Contoh-contoh media sosial yang berkembang saat ini adalah : twitter, facebook, myspace, youtube, instagram, path, whatsapp, line, dll. Mengingat pentingnya informasi tentang bagaimana penggunaan media sosial bagi UKM dan manfaatnya, maka perlu dilakukan suatu penelitian

observasional.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penelitian yang akan dilakukan yaitu dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Inovasi Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM coffee shop di kota Bekasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan pengembangan usaha UMKM di coffee shop melalui media sosial dan inovasi. Dari pernyataan tersebut, maka diperlukan perumusan masalah yang dijabarkan dalam pernyataan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah media sosial berpengaruh terhadap pengembangan usaha mikro kecil menengah UMKM coffee shop di kecamatan Bekasi Selatan ?
2. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap pengembangan usaha mikro kecil menengah UMKM coffee shop di kecamatan Bekasi Selatan ?
3. Apakah media sosial dan inovasi berpengaruh terhadap pengembangan usaha mikro kecil menengah UMKM coffee shop di kecamatan Bekasi Selatan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap pengembangan usaha mikro kecil menengah UMKM coffee shop di kecamatan Bekasi Selatan.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap pengembangan usaha

mikro kecil menengah UMKM coffee shop di kecamatan Bekasi Selatan.

3. Untuk mengetahui pengaruh media sosial dan inovasi terhadap pengembangan usaha mikro kecil menengah UMKM coffee shop di kecamatan Bekasi Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan, yaitu :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan dibidang manajemen khususnya dalam manajemen kewirausahaan, serta menambang wawasan untuk lebih mengenal ataupun menyikapi suatu permasalahan dalam menjalankan sebuah usaha.

2. Bagi penelitian mendatang

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya terkait dengan pengaruh media sosial dan inovasi terhadap pengembangan usaha mikro kecil menengah UMKM dalam mencapai keberhasilan usahanya.

3. Bagi pelaku usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan pada pelaku UMKM, yang berkaitan dengan media sosial dan inovasi dalam meningkatkan pengembangan usahanya.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada masalah pengaruh pengembangan usaha ditinjau dari media sosial dan inovasi. Subyek dalam penelitian ini adalah UMKM di kecamatan Bekasi Selatan yang dimana lokasi ini terdapat pelaku usaha yang bergerak di bidang Coffee shop.

1.6 Sistemika Penulisan

Agar lebih memudahkan pemahaman dalam penelitian ini secara keseluruhan, maka pada sistematika penulisan ini akan digambarkan secara garis besar penelitian ini. Adapun sistematika penulisan skripsi ini disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, Rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis membahas mengenai literatur yang mendasari topik penelitian, menggambarkan model konseptual dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variable, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang profil organisasi/perusahaan, hasil analisis data, pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan implikasi manajerial.