

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Tulungagung adalah salah satu Kabupaten yang berada Di Provinsi Jawa Timur. Dimana kabupaten ini bersebelahan atau sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Trenggalek, sebelah utara dengan Kabupaten Kediri. Disebelah timur dengan Kabupaten Blitar, dan sebelah selatan berbatasan dengan Samudra Hindia. Tulungagung dahulu dikenal dengan Kabupaten Ngrowo karena pada jaman dahulu Tulungagung banyak rawanya tetapi setelah trowongan niyama difungsikan air itu kemudian dibuang kelaut.¹

Pada tahun 1824-1830 Kota Ngrawo dipindahkan kesebelah timur sungai Ngrowo. Selanjutnya kota baru itu menjadi pusat pemerintahan dan pada akhirnya tepatnya tanggal 1 april 1901 diganti namanya menjadi “Toeloeng Agoeng” dan sekarang ejaannya disempurnakan menjadi Tulungagung. Yang memiliki arti daerah dimana memiliki sumber air yang besar. Tulungagung memiliki bermacam-macam budaya salah satunya adalah budaya nyethe, sampai pada akhirnya Tulungagung dijuluki sebagai kota cethe.

Cethe adalah istilah yang sangat familiar, cethe merupakan kegiatan mengoleskan ampas kopi pada rokok, tidak hanya mengoleskan

¹ <http://jatim.antaranews.com/berita/87178/geliat-bisnis-warung-kopi-di-tulungagung>, diakses pada tanggal 19 februari 2019 pukul 15.12

bahkan juga membentuknya menjadi goresan yang mengandung nilai seni. Kebanyakan untuk tradisi nyethe itu hanya berlaku di warung tradisional, warung tradisional yang dimaksud disini adalah warung yang tradisional dari segi pengolahan kopi, cara penyajian dan desain tempat, warung tradisional disini lebih akrab disebut warung kopi atau warkop. Yang kemudian ini menjadi ciri khas dari warung tradisional, bahkan membawa tulungagung menjadi kota yang dikenal dengan kota kopi cethe.

Dimana Kabupaten Tulungagung ini merupakan salah satu kota yang memiliki perkembangan pada bisnis makanan. Salah satu kuliner yang sedang naik daun ditulungagung ini adalah bisnis kedai kopi atau *cafe*. Sekarang ini, mengkonsumsi kopi telah menjadi salah satu kebutuhan dan gaya hidup (*life style*) masyarakat Tulungagung saat ini. Kedai kopi menjadi tujuan yang sangat diminati terutama kalangan muda, kalangan berbisnis juga sering menghabiskan waktunya di kedai kopi untuk membahas rencana bisnisnya atau untuk bertemu dengan rekan kerjanya.

Budaya minum kopi atau ngopi berkembang seiring dengan maraknya tempat-tempat untuk minum kopi, baik warung yang masih tradisional maupun kafe-kafe modern. Disini para pengunjung tidak lagi hanya minum kopi, tapi juga melakukan aktifitas lain seperti merokok, bernegosiasi barang/jasa, bertukar pikiran, dan lain-lain.

Di berbagai sudut kota dikabupaten Tulungagung banyak bermunculan kedai kopi yang membuat persaingan semakin ketat. Keberadaan tempat minum kopi di Tulungagung semakin marak. Hampir

tidak ada kecamatan maupun desa Ini yang tidak ada tempat ngopi. Berdasarkan data yang ditulis paguyupan warung dan hiburan setulungagung (pahawita), hingga tahun 2012. Jumlah kedai kopi yang tersebar di 19 Sekecamatan Tulungagung mencapai 1.200 unit lebih.²

Dikabupaten Tulungagung ini terdiri dari 19 kecamatan, 14 kelurahan dan dan 257 desa³ Dan masing-masing desa rata-rata terdapat 9-10 warung kopi. Sehingga jika dikalkulasikan dan dikalikan terdapat 1.456 warung kopi diseluruh kabupaten tulungagung.⁴

Secara tidak langsung dengan semakin banyaknya kedai kopi maupun warung kopi yang buka semakin banyak pula pendapatan suatu wilayah. Karena, masyarakat yang mungkin pada awalnya hanya bekerja sebagai buruh maupun pengangguran akan mendapatkan pendapatan lain diibaratkan jika suatu wilayah awalnya masyarakat nya yang bekereja 50% setelah dibukannya kedai maupun warung kopi, maka jumlah masyarakat yang bekerja pun juga meningkat. dan secara langsung pendapatan keluarga meningkat yang berdampak pada meningkatnya pendapatan daerah dari perdagangan.

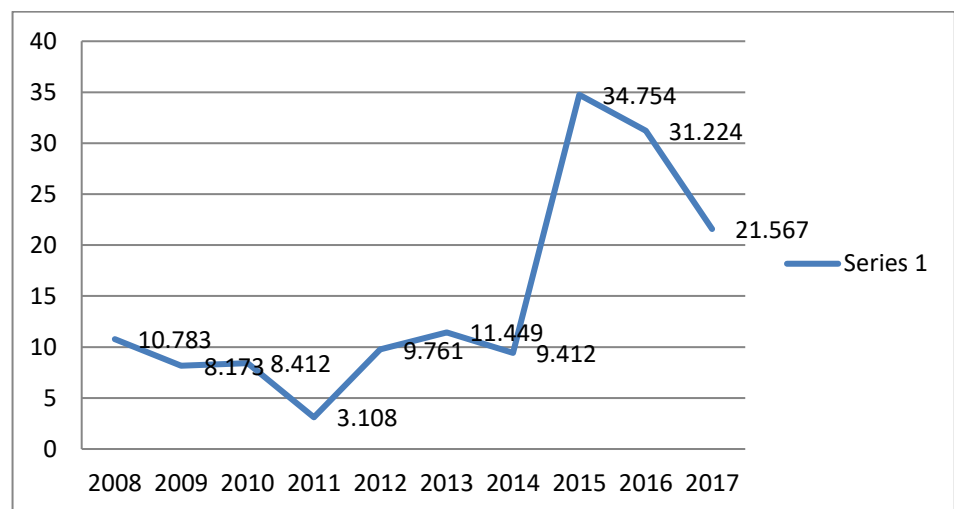
Terbukti dari data badan pusat statistik Pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Tulungagung selalu mengalami kenaikan di lima tahun terakhir dari sektor perdagangan tahun 2012-2017. Badan pusat statistik mencatat

² Elvira syahrin nuzulia, *Pengaruh promosi kualitas produk halal dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan rafesho kedai kopi kepatihan tulungagung.* (2018) Hal 6

³https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_kecamatan_dan_kelurahan_di_Kabupaten_Tulungagung jam 07.07 1 maret 2019

⁴ Hasil observasi peneliti di lapangan, tanggal 1 maret 2019

pertumbuhan ekonomi meningkat mencapai setiap tahunnya.⁵ Pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Tulungagung dalam setiap tahunnya mengalami peningkatan disektor usaha / perdagangan dimana terdapat pada data BPS Kabupaten Tulungagung bahwa untuk industri makanan dan minumnya mengalami naik turun namun masih dalam keadaan aman.



Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Tulungagung

Dengan semakin banyaknya warung kopi maupun kedai kopi yang berdiri maka akan semakin terlihat adanya persaingan bisnis warkop yang semakin ketat. Yang akan menyebabkan banyak warkop yang menawarkan promo. Selain itu bagaimana cerdasnya para owner pemilik kedai kopi maupaun pemilik warung kopi untuk membuat inovasi supaya warung maupun kedainya tidak lekang oleh zaman.

Ruang lingkup Persaingan yang terjadi itu sendiri meliputi baik dari faktor internal maupun faktor eksternal yaitu seluruh atribut dalam aspek kinerja, aspek prefensi konsumen dan aspek regulasi. Indikator

⁵ Badan Pusat Statistik, *Kabupatentulungagung Dalam Angka 2018*. Hal.461

kinerja yang digunakan adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, seperti perkembangan jumlah pengunjung dan permintaan produk. Semakin efisien transformasi itu dilakukan semakin produktif pelaksanaan manajemen operasinya.

Ketika wirausaha terjun kedalam bisnis akan berhadapan dengan kekuatan diluar perusahaan, M Porter mengungkapkan “ kekuatan kolektif akan mendatangkan persaingan dan menentukan potensial laba pokok dalam industri dimana potensial laba diukur dari tingkat pengembalian investasi.” Praktis semua bisnis dalam perekonomian akan menghadapi persaingan. Perusahaan tidak akan bisa bertahan jika ia tidak memberikan dan mempertahankan keuntungan persaingan seperti produk yang bermutu tinggi, pelayanan yang lebih baik, waktu pemberian yang lebih singkat atau harga yang relatif lebih rendah. Jenis keuntungan tersebut merupakan sebab mengapa para pelanggan membeli suatu barang ke tempat tertentu.⁶

Analisis kinerja fungsional Aspek preferensi konsumen mencakup *human resource* (terkait pelayanan yang diberikan), harga dan lokasi. Dalam dunia bisnis atau dalam hal usaha aspek preferensi konsumen juga diperhitungkan dimana aspek preferensi konsumen meliputi pelayanan dan harga. Tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri

⁶ R Heru Kristanto, *Kewirausahaan Entrepreneurship Pendekatan Manajemen Dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), Hal. 94-95

dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image, atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, tenaga dan biaya pikiran. Karena setiap bisnis usaha umumnya cenderung menghadapi berbagai jenis tekanan persaingan yang harus dikendalikan perusahaan.⁷

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk barang atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan apabila konsumen benar-benar puas mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi

Rekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, (kepuasaan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Sedangkan dalam faktor eksternal dari persaingan antara kedai kopi dengan warung kopi dari aspek regulasi dimana sebuah norma atau hukum yang mengatur terkait usaha atau diatur dalam kppu komisi pengawas persaingan usaha. Sudaha danya atauran yang jelas bagaimana dalam bersaing para pengusaha namun apakah dalam praktiknya para pengelola

⁷ *Ibid*, hal. 95

Regulasi adalah mengendalikan perilaku manusia atau masyarakat dengan aturan atau pembatasan, regulasi dapat dilakukan dengan berbagai bentuk, misalnya: pembatasan hukum diumumkan oleh otoritas pemerintah, regulasi pengaturan diri oleh suatu industri seperti melalui asosiasi perdagangan, regulasi sosial(misalnya norma), co-regulasi dan pasar.

Sedangkan regulasi bisnis adalah pengendalian perilaku manusia dalam sektor bisnis dengan aturan atau pembatasan yang dilakukan oleh suatu negara . Dimana regulasi yang ada dal peraturan bisnis ada di kppu komisi pengawas persaingan usaha. Berangkat dari suatu fenomena yang ada penulis menyimpulkan ingin lebih mendalami **Analisis Persaingan usaha Kopi Antara warung kopi modern vs Warung Kopi tradisional Di Kabupaten Tulungagung.**

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan batasan masalah pada penelitian kualitatif. Dari uraian konteks penelitian, maka ditarik rumusan masalah yang Merupakan Faktor Tersebut Adalah:

1. Bagaimana Ruang Lingkup Persaingan Usaha Kopi antara Warung Kopi Modern Vs Warung Kopi Tradisional Di Kabupaten Tulungagung ?
2. Bagaimana Fenomena Empiris Persaingan Usaha Kopi antara Warung Kopi Modern Vs Warung Kopi Tradisional ?

C. Tujuan Penelitian

Bertitik tolak pada fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Ruang Lingkup Persaingan Usaha Kopi antara Warung Kopi Modern Vs Warung Kopi Tradisional Di Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Fenomena Empiris Persaingan Usaha Kopi antara Warung Kopi Modern Vs Warung Kopi Tradisional.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat menjadi referensi atau masukan bagi pengelola bisnis di tulungagung. Dan sebagai bahan masukan bagi pengelola-pengelola bisnis sekaligus menyusun strategi dalam menghadapi persaingan pasar yang lebih ketat lagi.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Akademik

Bagi perguruan tinggi hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumentasi akademik yang berguna untuk dijadikan acuan civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

- b. Bagi Para Pengusaha Kopi Di Tulungagung

Sebagai masukan dan pertimbangan serta referensi untuk menyusun ulang strategi bersaing bagi para pengelola bisnis kopi di tulongagung. Sehingga nantinya bisnis yang mereka jalankan bisa eksis meskipun banyak bermunculan bisnis yang serupa. Atau bahkan bisa menjadi pendobrak para anak muda yang ingin mendirikan bisnis yang serupa.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

3. Sebagai sumbangsih penulis dalam mengembangkan disiplin ilmu guna pengembangan ilmu pengetahuan.
4. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah intelektual tentang teori bersaing yang sehat dan pantas untuk di jalankan.

E. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi di atas, didapat batasan masalah yang akan diteliti lebih lanjut, hal ini dimaksudkan agar penelitian lebih terfokus pada subjek yang memang sudah menjadi pokok permasalahan ruang lingkup yang akan diteliti lebih lanjut. Dan penelitian ini dibatasi pada permasalahan sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup Persaingan Usaha Kopi Antara Warung Kopi Modern dengan Warung Kopi Tradisional.
2. Fenomena Empiris Persaingan Usaha Kopi Antara Warung Kopi Modern dengan Warung Kopi Tradisional.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman terhadap judul diatas dan untuk memperoleh gambaran yang jelas serta dapat mempermudah pengertiannya, berikut ini penulis sajikan penegasan istilah,

1. Definisi konseptual

a. Persaingan

Persaingan berasal dari bahasa inggris yaitu *competition*, yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi, sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pelanggan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan.⁸ Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga, iklan atau promosi, variasi dan kualitas, kemasan dan segmentasi pasar.

1) Aspek Kinerja

Indikator kinerja yang digunakan adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, seperti perkembangan jumlah mengunjung dan permintaan produk. Semakin efisien transformasi itu dilakukan semakin produktif pelaksanaan manajemen operasinya.

2) Aspek Preferensi Konsumen

⁸ Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), Hal. 5

Aspek preferensi konsumen mencakup human resource (terkait pelayanan yang diberikan), harga dan lokasi. Dalam dunia bisnis atau dalam hal usaha aspek preferensi konsumen juga diperhitungkan dimana aspek preferensi konsumen meliputi pelayanan dan harga. Tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image, atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, tenaga dan biaya pikiran.⁹

b. Warung Kopi

Warung kopi adalah merujuk kepada sebuah organisasi yang secara esensial menyediakan kopi atau minuman panas lainnya. Ia berbagi beberapa dari ciri-ciri sebuah bar, dan beberapa ciri-ciri sebuah restoran, untuk menyajikan sebuah minuman kopi atau teh bahkan makanan ringan. Banyak warung kopi di timur tengah dan di wilayah pendatang asia barat dan dunia barat juga menyediakan shisha (dalam bahasa turki), dengan variasi perasa yang diulen dengan tembakaku lalu dirokok melalui sebuah hookah.

⁹ Tri Joko Utomo, *Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional vs Modern*, Fokus Ekonomi, Vol.6, No 1, Januari, 2014

Dari suatu pengamatan budaya, warung-warung kopi banyak memberikan layanan sebagai pusat-pusat interaksi sosial. Warung kopi dilihat memberi kesempatan kepada anggota-anggota sosial untuk berkumpul, berbicara, menulis membaca, menghibur satu sama lain, atau membuang waktu, baik secara individu atau dalam kelompok kecil.¹⁰

Warung kopi tradisional adalah warung kopi yang masih utuh berjalan dari tahun 90an hingga sekarang. Namun dekorasi tempatnya masih seperti biasa bahkan tidak mewah sama sekali dibandingkan dengan warungkopi modern seperti sekarang.

Biasanya kita menemukan warung kopi tradisional ini di daerah perkampungan – perkampungan yang belum tersentuh dengan namanya warung kopi modern. Meskipun tradisional namun cita rasa kopinya tidak kalah dengan warung kopi modern, makanya setiap warung kopi tradisional selalu penikmatnya tidak bakalan hilang walaupun warung kopi modern mendominasi seperti sekarang. Di warung kopi identik dengan tempat yang praktis dengan harga yang bersahabat dengan isi kantong pelanggan sehingga pelanggan pun tidak perlu berfikir panjang untuk menikmati kopi walaupun isi kantong sudah kering.

Setiap tradisional mesti ada yang namanya modern. Warung kopi yang semakin marak dan menjelma bahkan dekorasi

¹⁰ https://id.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Warung_Kopi, diakses tanggal 04 maret 2019 jam, 11.13

kemewahan pun tidak dapat dipungkiri. Warung kopi modern sangat mudah kita temukan di kota-kota besar bahkan telah mendominasinya dengan begitu pesat mengikuti perkembangan zaman.

Jika mendengar tentang warung kopi modern pasti terlintas dipikiran kita yaitu cara membuat kopinya dengan menggunakan mesin dan kopinya pun mungkin agak mahal dikit. Warung kopi modern sangat menjelma ditengah-tengah kita dengan desain interiornya yang begitu memukau bahkan membuat pelanggan jatuh hati kepada warung kopi modern.

Dikota-kota besar kita mudah menemukan Warung Kopi modern, selain kopinya enak tempatnya pun sangat nyaman sehingga dari orang tua sampai remaja selalu menyempatkan waktu untuk duduk nongkrong sambil berselfie dalam warung kopi modern. Warung kopi modern menyediakan berbagai macam menu kopi dari robusta hingga arabica dan jenis-jenis biji kopi yang berkualitas lainnya.

. Coffe shop adalah tempat yang semua orang menganggap adalah tempat bergengsi. Coffee shop maupun warung kopi adalah dua tempat yang sama hakikatnya sama –sama menyajikan kopi, sama-sama menghasilkan teman baru, mungkin berbedanya hanya beda kopi dan tempat dimana perbedaan tersebut hanyalah bonus .

2. Definisi Operasional

Berdasarkan judul penelitian “Analisis Persaingan Usaha Kopi Antara Warung Kopi Modern Vs Warung Kopi Tradisional Di Kabupaten Tulungagung”, maka penelitian ini memfokuskan pada :

- a. Ruang Lingkup Persaingan Usaha Kopi Antara Warung Kopi Modern dengan Warung Kopi Tradisional.
- b. Fenomena Empiris Persaingan Usaha Kopi Antara Warung Kopi Modern dengan Warung Kopi Tradisional.