

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Persaingan usaha dewasa ini dirasa semakin ketat dan semakin menunjukkan jiwa kewirausahaan masyarakat semakin meningkat. Para pengusaha berlomba-lomba untuk mengembangkan usaha mereka dengan inovasi-inovasi dan strategi-strategi yang cukup kompetitif. Banyaknya pengusaha baru yang muncul membuat pengusaha lama harus berpikir lebih keras untuk menentukan strategi yang tepat demi keberlangsungan usahanya jangka panjang. Selain itu perkembangan teknologi yang cukup pesat mendukung untuk membuka usaha baru terutama usaha di bidang kuliner karena mereka menilai bisnis ini yang paling menguntungkan. Situasi seperti ini menuntut para pelaku bisnis untuk merumuskan sekaligus menerapkan strategi-strategi bisnis agar tidak hanya dapat bertahan dan mengembangkan bisnis yang dijalani namun juga dapat bersaing dalam merebut dan menguasai pangsa pasar yang ada, untuk itu strategi menjadi kunci dari pencapaian keunggulan bersaing dan keberhasilan sebuah bisnis atau usaha. Dalam memilih strategi keunggulan bersaing yang tepat untuk diterapkan oleh sebuah bisnis, pelaku bisnis perlu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai kedudukan atau posisi usaha di pasar. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara analisis terhadap lingkungan bisnis baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal.

Setiap pengusaha harus menggunakan strategi untuk mengembangkan usahanya. Tidak hanya perusahaan besar saja yang mempunyai manajemen strategis, perusahaan kecilpun sebaiknya dikelola dengan menggunakan manajemen strategis. Manajemen strategis merupakan sekumpulan keputusan dan tindakan yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan.²

² M. Suyanto, *Strategic Management Global Most Admired Companies*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), hal. 10

Seiring menjamurnya trend “ngopi atau nongkrong” membuat banyak pengusaha kedai kopi atau *coffee shop* yang bermunculan. Trend tersebut tidak hanya menggandrungi generasi muda saja, tetapi sekarang para orang tua juga mulai mengikuti trend tersebut. Terlebih saat ini tidak hanya generasi muda yang bermain social media, tetapi orang-orang tua juga demikian. Menikmati kopi di kedai kopi seolah menjadi sebuah kebutuhan saat ini. Peluang tersebut membuat usaha di bidang yang sama banyak bermunculan mengancam usaha lama yang telah berdiri sebelumnya. Hal ini bisa menjadi momok untuk pengusaha kedai kopi jika tidak dibarengi dengan strategi yang jitu untuk tetap memenangkan pasar dan menjadikan kedai kopinya sebagai primadona masyarakat.

Salah satu usaha yang bergerak di bidang *coffee shop* adalah Pandowo Coffee House yang beralamatkan di Desa Durenan, Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek. Kedai kopi yang sudah berdiri sejak tahun 2014 silam ini, sudah mengalami sepek terjang usaha yang berliku-liku hingga eksis sampai saat ini. Pandowo Coffee House tidak hanya menyajikan makanan yang berbahan dasar kopi tetapi juga makanan lain yang sejenis atau turunannya. Misalkan teh, berbagai camilan bahkan makanan berat seperti nasi juga ada. Pandowo Coffee House juga merupakan salah satu pelopor berdirinya *coffee shop* di kecamatan Durenan yang saat ini sudah banyak diikuti oleh pengusaha-pengusaha lain di bidang yang sama. Selain itu letak Kecamatan Durenan yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Tulungagung yang terkenal sebagai kota kopi juga turut mempengaruhi usaha tersebut. Sebut saja di daerah sekitar Durenan yaitu di Kecamatan Bandung. Banyak sekali usaha serupa yang bermunculan yang semakin menambah ketatnya persaingan di bidang usaha *coffee shop* ini.

Usaha-usaha di bidang yang sama yang hadir dengan konsep yang lebih *fresh* menjadi ancaman yang cukup berarti untuk keberlangsungan usaha Pandowo Coffee House. Seperti konsep *coffee shop* yang juga menawarkan pemandangan atau *view* yang sangat *instagram-able* yang lebih menarik untuk didatangi. Selain itu kehadiran warung kopi (warkop)

tradisional dan angkringan kini juga lebih banyak diminati oleh kawula muda mengingat harga yang ditawarkan di warung kopi biasanya lebih murah dan pas dikantong anak-anak muda. Sebut saja warkop rakyat yang lokasinya juga tak jauh dari Pandowo Coffee House dan Balvos Coffe Shop yang hadir beberapa waktu lalu banyak diminati oleh masyarakat. Banyak juga *coffee shop* yang sudah gulung tikar mengingat banyaknya pesaing di pasar dan tidak mampu meraih pangsa pasar yang cukup untuk mempertahankan usahanya. Selain faktor eksternal dari pesaing ada juga faktor internal seperti penetapan harga dan pelayanan yang kadang kurang memuaskan bagi beberapa pelanggan yang turut mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian kembali.

Strategi pengembangan usaha sangat diperlukan dalam keadaan di atas guna mempertahankan eksistensi dan jumlah pendapatan yang didapatkan. Selain itu untuk menjamin keberlangsungan usaha ke depannya, pengembangan usaha atau bisnis dirasa merupakan hal yang paling penting. Jika usaha berkembang maka pendapatan dan *cashflow* yang diterima oleh pemilik akan bertambah sehingga proses produksi akan terus berjalan dan usaha akan belangsung dengan baik. Pendapatan merupakan hal yang penting dalam dunia usaha, selain untuk perputaran modal juga untuk penggajian karyawan yang dipekerjakan.

Untuk mengembangkan usaha perlu strategi yang matang dan eksekusi yang tepat agar mendapatkan hasil yang maksimal. Apalagi dengan melihat kondisi perekonomian yang lesu akibat terserang pandemi covid-19, strategi yang lebih jitu sangat diperlukan. Strategi untuk bertahan dalam pasar dan mempertahankan usahanya pasti sudah dilakukan oleh semua sektor bisnis tak terkecuali sektor bisnis *coffee shop* ini. Oleh karena itu peneliti memilih judul penelitian **“Strategi Pengembangan Usaha Coffee Shop dengan Metode SWOT pada “Pandowo Coffee House” di Desa Durenan Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek dalam Perspektif Islam”**

A. Fokus Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang dapat dirumuskan yaitu:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada usaha *coffee shop* Pandowo Coffee House?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha pada *coffee shop* Pandowo Coffee House?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha pada Pandowo Coffee House dalam perspektif Islam?

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengidentifikasi strategi-strategi pengembangan usaha pada usaha *coffee shop* Pandhowo Coffee House di Desa Durenan Kecamatan Durenan dengan metode analisis SWOT dalam perspektif Islam untuk bisa tetap bertahan di pasaran.

C. Manfaat

a. Manfaat Teoritis

Dengan penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu memberikan informasi dan wawasan untuk menambah pengetahuan pembaca khususnya bagi pihak terkait dengan usaha yang sama di bidang *coffee shop*.

b. Manfaat Praktik

1) Bagi unit usaha

Dengan penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat dan dapat membantu lembaga dan usaha yang diteliti maupun pihak lain

yang data digunakan sebagai referensi dan bahan evaluasi untuk pengembangan dan keberlangsungan usaha ke depannya.

2) Bagi Akademik

Dengan penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu media pembelajaran serta menambah kepustakaan UIN SATU Tulungagung guna dijadikan referensi materi yang dapat digunakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3) Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman dan edukasi kepada masyarakat mengenai strategi pengembangan usaha, sehingga bisa memotivasi masyarakat untuk berwirausaha.

D. Penegasan Istilah

Banyak hal yang dapat digali dan dipaparkan dalam hal pengembangan suatu usaha. Baik dari segi pemasaran, permodalan, produksi dan skala usaha. Untuk lebih memudahkan dan menghindari kesalahan dalam penafsiran, perlu adanya penegasan yang jelas mengenai istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka diperlukan definisi yang lebih spesifik, yaitu:

1. Strategi, yang dimaksud strategi dalam penelitian ini adalah sekumpulan kegiatan atau rencana yang terintegrasi yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan keberlangsungan usaha jangka panjang serta strategi-strategi alternatif yang dapat dilakukan.
2. Pengembangan, yang dimaksud pengembangan usaha dalam penelitian ini adalah aktivitas yang berorientasi untuk masa yang akan datang guna mempertahankan dan meningkatkan usaha untuk jangka panjang.