

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak berkembangnya pemerintahan Indonesia saat ini, pemerintah telah melakukan pembangunan untuk mewujudkan masyarakat sejahtera, adil dan makmur. Harapan dengan adanya usaha pembangunan tersebut dapat memberikan peningkatan kesejahteraan hidup terhadap masyarakat di Indonesia. Namun nyatanya, pada tahun 2009 masih terdapat 32 juta penduduk miskin dan 8,96 juta penduduk yang menganggur. Penduduk yang menganggur pada umumnya tersebar di wilayah pedesaan dan perkotaan dengan berbagai faktor diantaranya pendidikan yang rendah, tidak memiliki keterampilan atau keahlian, persyaratan-persyaratan yang sulit dipenuhi, dan bidang studi tidak sesuai dengan kualifikasi yang diinginkan oleh perusahaan.

Pengangguran merupakan keadaan dimana seseorang dalam angkatan kerja (15-64 tahun) ingin mencari pekerjaan baru namun belum mendapatkannya. Pengangguran juga diartikan sebagai seseorang yang tergolong dalam angkatan kerja secara efektif mencari pekerjaan dengan gaji tertentu, namun tidak mendapatkan posisi yang diinginkan. Pengangguran adalah keadaan di mana seseorang yang berada dalam angkatan kerja (15-64 tahun) ingin mendapatkan pekerjaan, mencari pekerjaan secara aktif dalam sebulan terakhir tetapi belum memperoleh posisi yang diinginkan.

Pada tahun 2022 (Statistik, 2022) mencatat jumlah pengangguran di Indonesia mengalami penurunan, data tersebut merupakan data tingkat pengangguran terbuka (TPT) dari Badan Pusat Statistik Indonesia tertinggi pada provinsi Jawa Barat yaitu 5.49% sedangkan tingkat pengangguran terendah di provinsi Sulawesi Barat dengan persentase 2.34% sedangkan untuk Provinsi Jambi berada pada peringkat ke 19 dari tingkat pengangguran tertinggi yaitu dengan persentase 4.59%. Angka pengangguran tertinggi di Provinsi Jambi berada di Kota Jambi menurut data Pengangguran Terbuka Provinsi Jambi dengan persentase sebesar 10,66% pada tahun 2021. Naiknya

angka pengangguran sejalan dengan meningkatnya jumlah orang yang bekerja dari 124,01 juta orang menjadi 126,51 juta orang.

Dari data tersebut, perlu dicari permasalahan yang menyebabkan pengangguran di Indonesia dengan cara menciptakan pekerjaan sendiri dalam berbagai bidang usaha kecil, mikro usaha menengah, dan koperasi. Dengan menanamkan jiwa kewirausahaan, sehingga akan menciptakan pebisnis yang imajinatif. Secara umum, negara-negara maju yang memiliki perekonomian stabil dengan proporsi 14%, atau 14% dari populasi negara tersebut yang merupakan visioner bisnis. Sementara itu, proporsi jumlah pelaku usaha di Indonesia masih rendah meskipun dari tahun ke tahun jumlahnya menunjukkan pola yang meningkat.

Sektor wirausaha yang digerakkan generasi muda Indonesia hanya berkisar 1,67%. Saat ini, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, kerja sama pembisnis muda Indonesia melonjak hingga 3,10%. Faktor pendukung dalam pengembangan wirausaha yakni adanya beberapa program penyaluran modal usaha baik skala kecil maupun besar yang dilengkapi dengan penyaluran modal dan pembentukan organisasi praktis.

Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi (Statistik, 2021), Provinsi Jambi memiliki Usaha Mikro, Kecil dan Menengah tahun 2021 yaitu sebesar 153.373. Kabupaten atau Kota dengan UMKM tertinggi di Provinsi Jambi ialah Kota Jambi yaitu 44.307 UMKM, dan yang terendah yaitu Kabupaten Tebo yaitu 1.268. Sedangkan Kabupten Muaro Jambi berada di posisi ke-2 setelah Kota Jambi yaitu memiliki jumlah UMKM sebesar 41.645. Muaro Jambi mempunyai tempat ideal untuk membuka UMKM, tepatnya di Kecamatan Jambi Luar Kota, Mendalo Darat. Dengan adanya Dua Universitas terbesar di Provinsi Jambi yaitu Universitas Jambi dan UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Saat ini, UMKM yang banyak ditemui adalah usaha minuman kekinin, dan salah satunya adalah cafe, cafe sangat menjadi primadona. Selain terlihat *modern*, Cafe juga menjadi tempat berkumpul yang nyaman untuk semua kalangan terutama kalangan mahasiswa. Cafe tidak hanya menawarkan makanan dan minuman, tetapi juga menawarkan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung.

Biasanya pengunjung Cafe dapat menghabiskan waktu berjam-jam di sana. Selain untuk berdiskusi santai, tak sedikit pengunjung juga menggunakan Cafe sebagai tempat menyelesaikan tugas atau pekerjaan. Umumnya Cafe hanya menjual minuman kopi saja, saat ini Cafe tidak hanya menjual minuman kopi tetapi berbagai macam minuman yang diolah dengan berbagai varian. Pemilihan menu yang menarik serta harga yang ditawarkan memiliki pengaruh sebagai daya tarik terhadap pelanggan.

Sebagaimana dikutip dari jambiupdate.co bahwa di kota Jambi, jumlah UMKM sangat berkembang pesat terutama dibidang kafe. Saat ini, di Kota Jambi terdapat sekitar 49 *coffeeshopp*. Kepala dinas perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jambi menyatakan bahwa, telah ada 49 kafe yang menyuguhkan kopi di Kota Jambi. Banyaknya kafe menyebabkan persaingan yang sangat ketat sehingga para pemilik kafe harus membuat inovasi baru sehingga membuat kafe tersebut selalu ramai pengunjung dan menaikkan minat pengunjung untuk berkunjung ulang. Sedangkan di sekitar mendalo darat ada 22 *caffee* yang berdekatan dengan Universitas Jambi.

Sehubungan dengan hal tersebut, salah satu cafe yang menjadi daya tarik pada penelitian ini yaitu Ecoffein yang berlokasi di Mendalo.

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Kedai Ecoffein

Selama bulan Juli - Desember Tahun 2022

Bulan	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Total
Jumlah Transaksi	683	792	817	905	928	890	5015
Perkembangan		16%	3%	11%	3%	-4%	

Sumber : Dokumentasi Ecoffein Mendalo Tahun 2022

Dari tabel 1.4 disimpulkan bahwa jumlah pengunjung pada kedai Ecoffein mengalami perkembangan yang meningkat hingga 16% dan mengalami penurunan hingga 4% pada bulan Desember. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung kedai mengalami perkembangan Fluktuatif. Fluktuasi merupakan

ketidakteraturan suatu perekonomian dalam satu waktu ke waktu yang lain (Safitri, 2021).

Pelanggan biasanya memutuskan untuk membeli di ecoffein karena beberapa faktor, selain kualitas pelayanan yang baik juga harga yang ditawarkan cukup terjangkau disemua kalangan salah satunya kalangan mahasiswa. Target pemasaran yang digunakan oleh ecoffein yaitu mahasiswa dan dosen, karena lokasi kedai yang strategis terletak dekat dengan kampus.

Tabel 1. 2 Hasil Survey Pendahuluan

NO	Nama	Variabel yang Mempengaruhi			
		Lokasi	Harga	Karakteristik Wirausaha	Kualitas Produk
1.	Bayu Galeh Wibowo	√	√	√	
2.	Andriyanto Kurniawan		√	√	
3.	Sheni Ratna Sari		√		√
4.	Uswatun Dwi Khasanah			√	√
5.	Titanico		√	√	
6.	Wahyu Satya	√	√		
7.	Dimas Afrinsyah		√	√	√
8.	Anas Qoritunnisa		√	√	
9.	Nanda Putri Dewi			√	√
10.	Febriyanto Tandean		√		√

Dari hasil survey yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan metode wawancara dengan pelanggan Ecoffein diketahui variabel yang mempengaruhi pelanggan untuk berkunjung ulang ke kedai Ecoffein dominan memilih ke arah karakteristik wirausaha sebanyak 7 orang dan harga sebanyak 8 orang dibandingkan lokasi hanya 2 orang dan sebanyak 5 orang kualitas produk.

Tabel 1. 3 Daftar Menu Kedai Ecoffein

NO	Nama Menu	Harga
1	Singkong goreng	Rp10.000
2	Kentang goreng	Rp12.000
3	Nugget goreng	Rp15.000
4	Cokelat	Rp12.000
5	Matcha	Rp12.000
6	Taro	Rp12.000
7	Red Velvet	Rp12.000
8	Oreo	Rp12.000
9	Vietnam Drip	Rp13.000
10	Capucino	Rp12.000
11	Latte	Rp12.000
12	Mocha	Rp12.000
13	Kopi Gula Aren	Rp15.000
14	Tubruk susu	Rp12.000
15	Espresso	Rp10.000
16	Tubruk	Rp10.000
17	Americano	Rp12.000
18	V60	Rp15.000
19	Javanesse	Rp15.000
20	Coffee Lemon	Rp15.000
21	Coffee Bir 0%	Rp15.000

Sumber : Daftar menu Ecoffein

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa harga yang ditawarkan di Ecoffein bervariasi mulai dari Rp. 10.000 hingga Rp. 15.000. Harga tersebut tentunya masih terjangkau bagi mahasiswa.

Tabel 1. 4 Daftar Harga Minuman Kafe Dukun Kopi Mendalo

Nama Menu	Daftar Harga
Filter/ V60	Rp 15,000
Kopi Joss	Rp 12,000
Kopi Bir	Rp 15,000
Japanesse	Rp 15,000
Lemonade	Rp 16,000
Espresso	Rp 10,000
Americano	Rp 12,000
Longblack	Rp 12,000
Tubruk	Rp 10,000
Vietnam Drip	Rp 13,000
Tubruk Susu	Rp 12,000
Kopi Susu Gula Aren	Rp 15,000
Kopi Kecap Dukun	Rp 15,000
Kopi Oreo	Rp 15,000
Caffe Latte	Rp 12,000
Cappucino	Rp 12,000
Mocacino	Rp 12,000
Es Kopi dukun	Rp 12,000
Non Coffe	
Chocholatte	Rp 12,000
Tarolatte	Rp 12,000
Matcha Latte	Rp 12,000
Red Velvet	Rp 12,000
Chocho Oreo	Rp 12,000
Cemilam	

Ubi Goreng	Rp	7,000
Nugget	Rp	10,000
Kentang Goreng	Rp	10,000

Sumber : Mua'lim, 2021

Dari dua tabel di atas yaitu 1.5 dan 1.6 terlihat bahwa perbandingan harga sangat jauh, harga minuman dan makanan di Ecoffein lebih murah daripada harga yang ditawarkan oleh Kafe Dukun Kopi. Hal ini bisa menjadi penyebab minat pengunjung untuk berkunjung ulang di Ecoffein.

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan dua variabel yang mempengaruhi pelanggan untuk berkunjung ulang ke kedai ecoffein yaitu karakteristik wirausaha dan harga yang ditawarkan. Dimana, pada penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuni, 2020) bahwa Peran utama yang harus dimiliki oleh pelaku usaha yaitu memiliki karakteristik wirausaha yang sesuai, sehingga akan menaikkan pendapatan dan kesejahteraan dari usaha tersebut. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Bayu Mu'alim (2021) mengungkapkan bahwa secara simultan, karakteristik kewirausahaan berdampak pada loyalitas konsumen kafe dukun kopi. Penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah (2017) menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan dan penelitian yang dilakukan oleh Rasyidin dan Liastiana (2021) menunjukkan bahwa kepuasan dan minat pembelian ulang signifikan dipengaruhi oleh selera dan penerapan digital marketing.

Oleh karena itu, perlu diketahui karakteristik wirausaha yang dimiliki oleh para pekerja di Ecoffein dan pengaruh harga yang ditawarkan oleh ecoffein terhadap daya minat pelanggan.

Dari penjelasan pada latar belakang di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul *“Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Harga Terhadap Minat Pelanggan Untuk Berkunjung Ulang Di Kedai Ecoffein Mendalo Darat”*

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh karakteristik wirausaha terhadap minat pelanggan berkunjung ulang di kedai Ecoffein?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap minat pelanggan berkunjung ulang di kedai Ecoffein?
3. Variabel manakan diantara karakteristik wirausaha dan harga yang berpengaruh paling dominan terhadap minat pelanggan berkunjung ulang di kedai Ecoffein ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan pengaruh karakteristik wirausaha terhadap minat pelanggan berkunjung ulang di kedai Ecoffein.
2. Untuk menjelaskan pengaruh harga terhadap minat pelanggan berkunjung ulang di kedai Ecoffein.
3. Untuk menganalisa variabel manakan diantara karakteristik wirausaha dan harga yang berpengaruh paling dominan terhadap minat pelanggan berkunjung ulang di kedai Ecoffein.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat bagi Akademisi

Manfaat penelitian ini bagi akademisi yaitu sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan

wirusaha kedai dalam perkembangan bisnis serta menjadi referensi pembaca kajian ilmu yang berkaitan dengan kewirusahaan.

2. Manfaat bagi penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis yaitu menjadikan tambahan pengetahuan bagi penulis sebagai bahan perbandingan nantinya melalui teori dan hal yang terjadi di dunia wirusaha secara nyata, serta dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh dari pengetahuan tentang kewirusahaan.

3. Manfaat bagi Ecoffein

Manfaat penelitian ini bagi Kedai Ecoffein yaitu sebagai bahan masukan agar dapat mengembangkan usaha serta memperbaiki hal-hal yang perlu.