

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kopi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan, baik dari sisi konsumsi maupun produksi. Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat konsumsi kopi yang tinggi di kawasan Asia Tenggara. Berdasarkan data *International Coffee Organization*, konsumsi kopi domestik Indonesia mencapai sekitar 294.000 ton pada tahun 2021 dan terus meningkat menjadi lebih dari 300.000 ton pada tahun 2023, dengan tren pertumbuhan yang stabil setiap tahunnya (ICO, 2023). Peningkatan ini menunjukkan bahwa kopi tidak hanya menjadi komoditas ekspor, tetapi juga telah menjadi bagian penting dari konsumsi domestik masyarakat Indonesia.

Selain dari sisi konsumsi, produksi kopi Indonesia juga mengalami peningkatan. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa produksi kopi Indonesia mencapai sekitar 774 ribu ton pada tahun 2022, meningkat dibandingkan tahun sebelumnya (BPS, 2023). Hal ini menegaskan bahwa Indonesia memiliki potensi besar dalam industri kopi, baik sebagai produsen maupun sebagai pasar yang berkembang pesat.

Fenomena meningkatnya konsumsi kopi tidak terlepas dari berkembangnya bisnis kedai kopi yang semakin ekspansif di berbagai daerah. Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan kedai kopi di Indonesia sangat pesat, ditandai dengan munculnya berbagai konsep usaha seperti coffee shop

modern, coffee to go, hingga kedai kopi berbasis komunitas dengan harga yang relatif terjangkau (Toffin, 2023). Selain itu, perkembangan teknologi digital juga memberikan dampak besar terhadap peningkatan konsumsi kopi, terutama melalui platform layanan pesan antar seperti *GoFood* dan *GrabFood*, di mana kategori minuman kopi menjadi salah satu yang paling banyak dipesan oleh konsumen. Berdasarkan data Statista, terjadi peningkatan hingga lebih dari 30% transaksi pemesanan minuman kopi melalui layanan online pada tahun 2022–2023.

Pertumbuhan konsumsi kopi juga dipengaruhi oleh faktor demografi, khususnya meningkatnya populasi generasi muda seperti Generasi Z yang menjadikan kedai kopi sebagai tempat untuk bersosialisasi, bekerja, maupun menjalankan aktivitas produktif lainnya. Menurut laporan GoodStats (2023), lebih dari 60% konsumen kedai kopi di Indonesia didominasi oleh kelompok usia produktif, yang menunjukkan bahwa kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern masyarakat. Media sosial juga turut memperkuat tren ini, di mana kedai kopi menjadi tempat yang tidak hanya berfungsi untuk konsumsi, tetapi juga sebagai ruang ekspresi diri.

Di sisi lain, pesatnya pertumbuhan bisnis kedai kopi juga menimbulkan persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha. Setiap pelaku bisnis dituntut untuk mampu beradaptasi dan memiliki strategi yang tepat agar dapat bertahan dan menjaga eksistensi usahanya. Dalam kondisi persaingan yang kompetitif, keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi

juga oleh bagaimana pengelolaan operasional usaha tersebut dijalankan secara efektif dan efisien.

Manajemen operasi memiliki peran penting dalam mendukung keberlangsungan usaha, karena mencakup seluruh aktivitas yang berkaitan dengan proses produksi dan penyampaian produk kepada konsumen. Menurut Heizer dan Render (2015), manajemen operasi merupakan serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output. Penerapan manajemen operasi yang baik akan membantu pelaku usaha dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya, menjaga konsistensi kualitas produk, serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain itu, faktor harga dan cita rasa juga menjadi aspek penting dalam menarik minat konsumen. Harga merupakan salah satu elemen yang sangat sensitif dalam keputusan pembelian. Menurut Fandy Tjiptono (2019), harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Sementara itu, cita rasa menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen terhadap produk yang dikonsumsi. Menurut Rahmah (2017), cita rasa merupakan hasil dari kombinasi berbagai indera manusia seperti perasa, penciuman, penglihatan, dan peraba yang mempengaruhi persepsi terhadap kualitas produk.

Perkembangan teknologi, kondisi ekonomi, serta perubahan sosial budaya masyarakat juga turut mempengaruhi pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat dalam mengonsumsi kopi. Kedai kopi kini tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk membeli minuman, tetapi juga sebagai ruang sosial yang

memberikan kenyamanan, kebebasan berekspresi, serta pengalaman tersendiri bagi konsumen.

Salah satu daerah yang turut mengalami perkembangan bisnis kedai kopi adalah Kabupaten Tabalong, khususnya di Kecamatan Kelua. Kecamatan Kelua merupakan salah satu wilayah yang memiliki aktivitas ekonomi masyarakat yang cukup berkembang, ditunjang oleh keberadaan pasar tradisional serta permukiman penduduk yang tersebar di beberapa desa. Kondisi ini menjadikan Kelua sebagai salah satu pusat aktivitas masyarakat di tingkat kecamatan, sehingga memiliki potensi pasar yang cukup baik bagi berkembangnya usaha kuliner, termasuk kedai kopi. Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan kedai kopi di wilayah ini menunjukkan dinamika yang cukup menarik, ditandai dengan muncul dan berkembangnya berbagai usaha kedai kopi dengan karakteristik yang berbeda-beda. Namun demikian, tidak semua usaha tersebut mampu bertahan dalam jangka panjang.

Kedai Kopi Starla merupakan salah satu kedai kopi yang pernah beroperasi di Kecamatan Kelua pada tahun 2017 hingga 2019. Kedai ini berlokasi di pusat pasar Kelua, tepatnya di dalam area terminal yang memiliki tingkat mobilitas masyarakat yang cukup tinggi. Secara tata letak, lokasi ini tergolong strategis karena menjadi titik pertemuan aktivitas jual beli dan transportasi. Namun, seiring berjalannya waktu, minat konsumen terhadap kedai ini mulai menurun sehingga jumlah pengunjung semakin berkurang. Kondisi tersebut menyebabkan Kedai Kopi Starla tidak mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya dan akhirnya tutup.

Kedai Kopi Moloko beroperasi pada tahun 2018 hingga 2020 dan berlokasi di sisi pusat pasar Kelua. Letaknya yang berada di sekitar kawasan pasar memberikan keuntungan dari segi aksesibilitas dan potensi konsumen yang cukup tinggi. Namun, keberlangsungan usaha kedai ini terhenti akibat dampak pandemi COVID-19 yang menyebabkan penurunan aktivitas ekonomi dan daya beli masyarakat. Kondisi tersebut membuat Kedai Kopi Moloko tidak dapat melanjutkan operasional usahanya dan akhirnya tutup.

Kedai Kopi Satu Masa merupakan salah satu kedai kopi yang masih beroperasi hingga saat ini dan mulai berdiri sejak tahun 2022. Kedai ini berlokasi di Desa Pudak Setegal, yang berada di lingkungan permukiman masyarakat. Tata letak kedai yang berada di area desa memberikan suasana yang lebih santai dan nyaman bagi konsumen, terutama bagi masyarakat sekitar yang ingin menikmati kopi tanpa harus pergi ke pusat keramaian. Keberadaan Kedai Kopi Satu Masa menunjukkan bahwa usaha kedai kopi masih memiliki peluang untuk berkembang di wilayah Kelua.

Kedai Kopi Dalgona merupakan kedai kopi yang mulai beroperasi pada tahun 2024 dan berlokasi di Desa Sungai Buluh. Kedai ini hadir sebagai salah satu pelaku usaha baru yang turut meramaikan persaingan bisnis kedai kopi di Kecamatan Kelua. Secara tata letak, lokasi yang berada di wilayah desa memungkinkan kedai ini menjangkau konsumen dari lingkungan sekitar serta menciptakan suasana yang lebih tenang. Kehadirannya menunjukkan adanya pertumbuhan usaha kedai kopi yang terus berlanjut di daerah tersebut.

Kedai Kopi Tepian juga merupakan kedai kopi yang tergolong baru yang mulai beroperasi pada tahun 2024 dan berlokasi di Desa Paliat. Kedai ini menjadi salah satu alternatif tempat bagi masyarakat sekitar untuk menikmati kopi dengan suasana yang lebih lokal. Dari segi tata letak, keberadaan kedai di desa memberikan kemudahan akses bagi masyarakat setempat serta memperluas jangkauan pasar kedai kopi di wilayah Kelua.

Kedai Kopi Hommiebrew merupakan objek dalam penelitian ini yang mulai beroperasi pada tahun 2026 dan berlokasi di Desa Takulat. Sebagai kedai kopi yang relatif baru, Hommiebrew berada dalam lingkungan persaingan yang cukup ketat dengan adanya beberapa kedai kopi lain yang telah lebih dahulu hadir maupun yang baru berkembang. Tata letak kedai yang berada di wilayah desa memberikan peluang untuk menarik konsumen dari masyarakat sekitar, namun juga menuntut strategi yang tepat agar mampu bersaing dan mempertahankan eksistensinya di tengah dinamika bisnis kedai kopi di Kecamatan Kelua.

Selain kedai kopi permanen, terdapat sekitar lima usaha gerobak kopi di Kecamatan Kelua yang beroperasi di lokasi strategis seperti pinggir jalan dan area permukiman, sehingga turut meningkatkan persaingan karena menawarkan harga yang lebih terjangkau dan pelayanan yang cepat kepada konsumen.

Eksistensi bisnis merupakan kemampuan suatu usaha untuk tetap bertahan dan bersaing di tengah dinamika pasar yang kompetitif. Menurut Michael E. Porter (1985), keberlangsungan suatu usaha sangat ditentukan oleh kemampuan dalam menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing (*competitive*

advantage), baik melalui diferensiasi produk, efisiensi biaya, maupun fokus pada segmen pasar tertentu. Dalam konteks usaha kedai kopi, eksistensi bisnis tidak hanya bergantung pada keberadaan usaha secara fisik, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam menawarkan nilai yang lebih dibandingkan pesaing, menjaga kualitas produk dan pelayanan, serta merespons perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen. Dengan demikian, eksistensi bisnis menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha dalam mempertahankan posisinya di tengah persaingan yang semakin ketat, seperti yang terjadi pada bisnis kedai kopi di Kecamatan Kelua.

Dalam upaya mempertahankan eksistensi bisnis, diperlukan strategi manajemen operasi yang tepat, mulai dari pengelolaan bahan baku, proses produksi, pelayanan kepada konsumen, hingga evaluasi kinerja usaha. Strategi tersebut menjadi faktor penting dalam menentukan keberlanjutan usaha di tengah perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian mendalam untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen operasi yang diterapkan oleh Kedai Kopi Hommiebrew dalam mempertahankan eksistensi bisnisnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan tujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang terjadi di lapangan terkait dengan pengelolaan operasional usaha kedai kopi. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi yang diterapkan serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dalam mempertahankan eksistensinya.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Manajemen Operasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Bisnis Kedai Kopi Hommiebrew Kelua.”**

1.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, fokus penelitian memiliki peranan penting sebagai batasan agar penelitian tidak melebar serta mampu menggali fenomena secara mendalam sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada analisis strategi manajemen operasi dalam mempertahankan eksistensi bisnis pada Kedai Kopi Hommiebrew Kelua, dengan menitikberatkan pada praktik operasional yang dijalankan di tengah persaingan usaha kedai kopi yang cukup kompetitif di Kecamatan Kelua.

Fokus penelitian ini diarahkan untuk memahami bagaimana Kedai Kopi Hommiebrew mengelola kegiatan operasional sehari-hari secara efektif dan efisien, mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan, hingga pengendalian operasional usaha dengan menggunakan teori Jay Heizer dan Barry Render untuk Manajemen Operasi dan teori Michael E. Porter untuk Eksistensi Bisnis. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti bagaimana pengelolaan operasional tersebut mampu mendukung keberlangsungan usaha, khususnya dalam menjaga kualitas produk, pelayanan kepada konsumen, serta kemampuan dalam bersaing dengan kedai kopi lain maupun usaha kopi skala kecil seperti gerobak kopi.

Adapun fokus penelitian ini meliputi beberapa aspek utama sebagai berikut:

1. Penerapan strategi manajemen operasi pada Kedai Kopi Hommiebrew yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian kegiatan operasional usaha.
2. Upaya dalam mempertahankan eksistensi bisnis melalui pengelolaan kualitas produk, pelayanan, serta penyesuaian terhadap kondisi persaingan di Kecamatan Kelua.
3. Kendala yang dihadapi dalam pengelolaan operasional serta upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut.

Dengan adanya fokus penelitian ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih terarah dan mendalam mengenai strategi manajemen operasi yang diterapkan untuk mempertahankan eksistensi bisnis Kedai Kopi Hommiebrew Kelua.

1.3 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang di atas berdasarkan fenomena dan fakta, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi manajemen operasi yang diterapkan pada usaha Kedai Kopi Hommiebrew?
2. Bagaimana strategi manajemen operasi kedai kopi Hommiebrew dalam mempertahankan eksistensi bisnis Kedai Kopi Hommiebrew?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi manajemen operasi yang diterapkan pada usaha Kedai Kopi Hommiebrew.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi manajemen operasi kedai kopi Hommiebrew dalam mempertahankan eksistensi bisnis Kedai Kopi Hommiebrew.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen operasi dan manajemen bisnis pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi atau bahan kajian bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, terutama yang berkaitan dengan strategi manajemen operasi dalam mempertahankan eksistensi bisnis.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pemilik Usaha (Hommiebrew):

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pengelolaan operasional usaha, serta membantu dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mempertahankan eksistensi bisnis di tengah persaingan.

- b. Bagi Peneliti:

Penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta pengalaman dalam melakukan penelitian kualitatif, khususnya yang berkaitan dengan manajemen operasi dan strategi bisnis pada usaha kedai kopi.

c. Bagi Pembaca/Peneliti Selanjutnya:

Sebagai referensi atau bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan manajemen operasional dan strategi pemasaran pada UMKM, khususnya usaha kedai kopi

