

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Objek Penelitian

##### a) Profil Ngopi Doeloe



Ngopi Doeloe adalah sebuah bisnis kreatif yang mulai berkiprah dalam industri restoran sejak tanggal 20 November 2006, yang berarti bisnis kreatif ini sudah bertahan dan bertumbuh kembang selama 5 tahun. Ngopi Doeloe mengubah persepsi konsumen tentang bagaimana warung kopi seharusnya. Ngopi Doeloe menciptakan tempat yang nyaman dan elegan dengan pelayanan yang ramah dan bersahabat membuat para konsumen merasakan suasana *coffee shophotel* bintang lima.

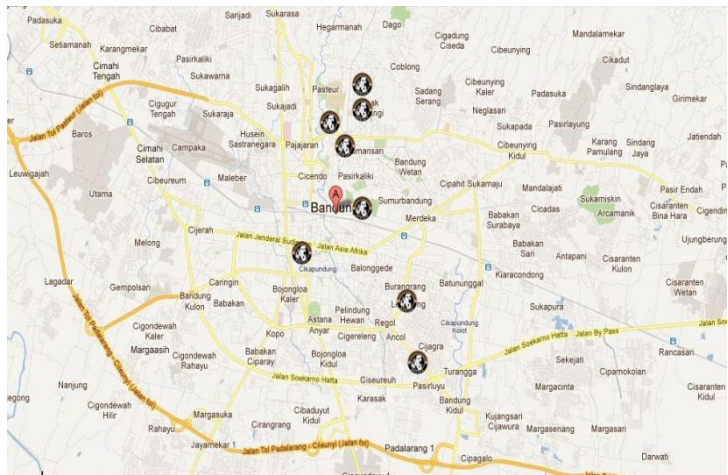
Desain lebih ke modern minimalis, *simple*, berada di pusat kota, serta ditambah dengan menu-menu yang lebih variatif dari tempat lain sekelas dengan kafe ini. Ngopi Doeloe menghadirkan kopi dari kopi yang bertema jadul sampai ke *Frozen Ice Caramel* ditambah juga dengan makanan-makanan yang mengadopsi selera Eropa yang harganya relatif lebih murah dibandingkan dengan tempat lain. *Hot Spot* yang disediakan oleh pihak Ngopi Doeloe juga menjadi salah satu alasan yang membuat konsumen betah untuk berlama-lama di kafe lokal ini. Pada awalnya target pasar Ngopi Doeloe hanya kalangan eksekutif muda, tapi pada saat ini semakin berkembang menjadi semua kalangan, sampai bapak atau ibu yang telah lanjut usia datang hanya untuk mencari kopi Aceh asli ataupun kopi Jadoel

yang telah nyaris hilang dipasaran dan hanya ada di Ngopi Doeloe.

Selain itu, tidak sedikit dari anak muda dari usia 16 – 20 tahun yang datang hanya untuk menikmati *Frozen Ice Caramel* yang rasanya bisa dibilang lebih khas dengan harga lebih murah bila dibandingkan dengan tempat lain.

Berikut ini disajikan data cabang Ngopi Doeloe:

**GAMBAR 1.1**  
**PETA PERSEBARAN NGOPI DOELOE**



Sumber: Ngopi Doeloe 2011

## **b) Produk Ngopi Doeloe**

### 1) Beverages

- Coffee

Kopi Jadoel, Kopi Bandrek, Machiato Caramel, Ice Coffee Latte, Ice Cappucino, Cappucino Punch, Banana Split Cappucino, Espresso, Double Espresso, Coffe Float, Es Kopi

Tubruk, Es Kopi Susu, Amareto Ice Coffee, Black Forest Coffee, Regular Coffe, Alfogatto, Ice Monkey, Ice Banana Mocca, Chocolate Almond Latte, Ice Coffee Blue.

- Frozen Coffee Iglo  
Frozen Cappucino, Frozen Moccacino, Frozen Caramel, Frozen Cookies & Cream, Frozen Ice Caramel, Frozen Avocado, Frozen Orange Coffee

## 2) Main Courses

- Pizza Doeloe  
Antipasto Salsa, Spring Cocktail, Pepperoni Egg, Mushroom, BBQ Chicken.
- Steak Doeloe  
Black Pepper Steak, Beef Sachlik, Pafilote, Texas Cowboy Steak, Chicken Cordon Bleu.
- Pasta Doeloe  
Fettuccine Carbonara, Spaghetti Bolognese, Spaghetti Marinara, Lasagna

## 3) Dessert

Ice Cream Selection, Ice Cream Cake, Banana Split, Es Campur, Es Goyobod, Brownies, Ice Cream Goreng,

### **1.1.2 Alasan Pemilihan Objek**

Mendirikan sebuah kafe dalam industri restoran bukan lagi merupakan hal yang baru di beberapa tahun belakangan ini. Tapi membangun pandangan baru pada bisnis warung kopi adalah hal yang berbeda. Menciptakan dan mengembangkan sebuah bisnis

bertemakan warung kopi dengan gaya modern menjadi *trend* yang cukup populer. Bagaimana mengembangkan sebuah bisnis yang memang mempunyai latar belakang yang cukup membudaya di masyarakat, budaya warung kopi. Warung kopi adalah tempat dimana masyarakat berkumpul membicarakan berbagai macam hal, baik dari hal sepele sampai kepada hal yang bersifat kenegaraan. Di Indonesia semuanya berangkat dari obrolan warung kopi.

Berangkat dari budaya obrolan warung kopi sampai membangun bisnis kafe bertemakan warung kopi yang modern dan minimalis inilah, penulis ingin mengetahui karakter pengusaha seperti apa yang dapat menunjang keberhasilan usaha dari sebuah kafe bertemakan warung kopi yang modern dan minimalis.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Berada di tengah gelombang ketidakpastian pemulihan ekonomi dunia, kemandirian ekonomi nasional sangat menentukan ketahanan dan stabilitas perekonomian Indonesia. Menteri keuangan Indonesia Agus Martowardojo mengungkapkan, krisis *fiscal* dan utang yang membelit Negara maju, khususnya di Amerika Serikat (AS) dan Negara-negara kawasan Eropa, membuat proses pemulihan ekonomi dunia bergantung pada kekuatan di luar Negara maju. Secara tegas, Menkeu mengatakan bahwa saat ini proses pemulihan ekonomi dunia berada di tangan Negara berkembang.

“Kita memang tidak bisa mengandalkan (ekonomi) mereka. Justru pertumbuhan dunia andalkan dari Negara yang masih punya pertumbuhan baik,” tegas Menkeu di Gedung DPR, Senayan, Jakarta, Okezone.com, Selasa (22/11/2011) malam.

Dengan kondisi saat ini, kemandirian ekonomi sangat diperlukan. Untuk menjaga stabilitas sekaligus mengakselerasi laju pertumbuhan ekonomi nasional, kekuatan ekonomi dalam negeri menjadi andalan.

Pengalaman Indonesia melepaskan diri dari jeratan krisis keuangan dunia tahun 2008/2009, memberikan gambaran kemandirian ekonomi nasional. Pengalaman krisis pada tahun 2008/2009 menjadi pembelajaran bagi Indonesia untuk menghadapi krisis ekonomi yg terjadi di masa depan salah satunya krisis utang eropa. Ini terbukti dengan banyaknya peningkatan lapangan usaha dalam berbagai sektor baik korporasi maupun usaha kecil menengah yang sudah pasti didominasi oleh masyarakat yang mandiri. Peningkatan lapangan usaha tersebut berpengaruh terhadap kinerja perekonomian Indonesia yang meningkat pada Triwulan III-2011 yang digambarkan oleh Produk Domestik Bruto (PDB).

**TABEL 1.1**

**Laju Pertumbuhan PDB Menurut Lapangan Usaha  
(persen)**

Lapangan Usaha	Triw II-2011 Terhadap Triw I-2011	Triw III-2011 Terhadap Triw II-2011	Triw III-2011 Terhadap Triw III-2010	Triw I s/d III 2011 Terhadap Triw I s/d III 2010	Sumber Pertumbuhan y-on-y
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1. Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	3,6	5,0	2,7	3,4	0,4
2. Pertambangan dan Penggalian	-0,8	2,9	0,3	1,7	0,0
3. Industri Pengolahan	3,2	3,1	6,6	5,9	1,7
4. Listrik, Gas, dan Air Bersih	4,0	1,3	5,2	4,5	0,0
5. Konstruksi	4,4	3,1	6,4	6,4	0,4
6. Perdagangan, Hotel, dan Restoran	4,8	4,4	10,1	9,3	1,7
7. Pengangkutan dan Komunikasi	2,1	3,6	9,5	11,2	0,9
8. Keuangan, Real Estat, dan Jasa Perusahaan	1,0	1,8	7,0	7,0	0,7
9. Jasa-jasa	2,4	3,1	7,8	6,8	0,7
<b>PDB</b>	<b>2,9</b>	<b>3,5</b>	<b>6,5</b>	<b>6,5</b>	<b>6,5</b>
<b>PDB Tanpa Migas</b>	<b>3,0</b>	<b>3,5</b>	<b>6,9</b>	<b>7,0</b>	

Sumber: BPS tahun 2011

Pada tabel laju pertumbuhan PDB menurut pada lapangan usaha di atas dapat dilihat pada kolom keempat, sektor perdagangan, hotel dan restoran adalah sektor lapangan usaha dengan presentase terbesar pada triwulan III-2011 dibandingkan dengan triwulan III-2010 sebesar 10.1 persen.

Dan bisa dilihat pada kolom keenam yaitu sumber pertumbuhan (*y-on-y*), sektor industri pengolahan dan sektor perdagangan, hotel, dan restoran merupakan sumber pertumbuhan ekonomi terbesar 1.7 persen. Dari data diatas dapat dilihat bahwa lapangan usaha sektor perdagangan, hotel, dan restoran bisa diperkirakan akan terus dipenuhi pendatang baru dan merupakan salah satu lapangan usaha atau bidang bisnis yang mempunyai kekuatan di bidang ekonomi.

Berikut disajikan data banyaknya usaha menengah menurut provinsi dan klasifikasi baku lapangan usaha Indonesia.

**TABEL 1.2**  
**Banyaknya Usaha Menengah menurut Provinsi dan Klasifikasi**  
**Baku Lapangan Usaha Indonesia**

No	Provinsi	Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia				Jumlah
		Restoran	Warung Makan	Bar	Jasa Boga / Catering	
1	NAD	6	6	-	2	14
2	Sumatera Utara	92	36	13	7	148
3	Sumatera Barat	22	13	-	2	37
4	Riau	52	15	2	2	71
5	Jambi	2	3	--	1	6
6	Sumatera Selatan	22	26	2	3	53
7	Bengkulu	3	-	1	-	4
8	Lampung	15	4	-	1	20

9	Bangka Belitung	7	-	2	-	9
10	Kepulauan Riau	4	1	2	-	7
11	DKI Jakarta	720	69	26	43	858
12	Jawa Barat	132	45	5	23	205
13	Jawa Tengah	49	36	2	9	96
14	D.I. Yogyakarta	29	12	1	9	51
15	Jawa Timur	144	41	13	9	207
16	Banten	41	16	2	4	63
17	Bali	116	11	39	3	169
18	Nusa Tenggara Barat	6	1	4	1	12
19	Nusa Tenggara Timur	5	-	24	-	29
20	Kalimantan Barat	13	10	-	-	23
21	Kalimantan Tengah	-	5	-	-	5
22	Kalimantan Selatan	10	7	-	4	21
23	Kalimantan Timur	20	21	14	12	67
24	Sulawesi Utara	16	5	6	3	30
25	Sulawesi Tengah	3	3	1	-	7
26	Sulawesi Selatan	22	12	14	1	49
27	Sulawesi Tenggara	3	-	1	-	4
28	Sulawesi Barat	-	-	1	-	1
29	Gorontalo	-	-	1	-	1
30	Maluku	2	1	21	-	24
31	Maluku Utara	4	-	2	2	8
32	Papua Barat	2	1	13	-	16
33	Papua	2	5	34	2	43
Indonesia		1564	405	246	143	2353

Sumber : Hasil Sensus Ekonomi 2007 BPS

Para pendatang baru melihat kesempatan untuk menciptakan berbagai macam usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman salah satunya restoran dan kafe. Kebutuhan akan makanan dan minuman tidak akan surut karena pendapatan masyarakat akan selalu dibelanjakan untuk mengonsumsi makanan dan minuman sehingga bisnis dibidang ini akan *survive*.

Pasar industri minuman dapat dibagi dalam tiga katagori: minuman panas seperti teh atau kopi, minuman ringan termasuk jus, minuman bersoda dan air mineral, dan minuman beraikohol termasuk bir, anggur dan minuman keras lainnya. Pasar produk minuman ringan yang mencakup minuman berkarbonasi, jus buah, air minum dalam kemasan/AMDK, serta teh dan kopi masih akan terus tumbuh sekitar 15%-16% pertahun. Sementara itu, apabila dilihat dari kapasitas produksi perusahaan yang eksis dibidang ini angkanya sudah cukup tinggi, ini menunjukkan bahwa pasar Indonesia masih sangat terbuka bagi pendatang baru, untuk kategori produk teh kapasitas produksinya pada tahun 2008 sudah mencapai 91,3%, sementara untuk kopi, pada tahun 2009 kapasitas produksinya mencapai 76%. Hal tersebut menyebabkan industri kopi menjadi salah satu industri yang popularitasnya dapat meningkat dan banyak dinikmati masyarakat (MIX Edisi Khusus September 2010).

Sejak abad ke-17, kopi mulaidikenal dunia. Bahkan pada pertengahan abad itu, kopi menggantikan bir sebagai minuman pagi paling favorit di New York, AS. Beberapa produsen kopi terkenal dunia antara lain adalah Costa Rica, Colombia, Kenya, Jamaica, dan tentu saja Indonesia. Kopi merupakan komoditas perdagangan strategy dan memegang peranan penting bagi perekonomian nasional hingga akhir tahun 1990-an, khususnya sebagai penyedia lapangan



kerja, sumber pendapatan dan devisa negara. Sebagai penyedia lapangan kerja, perkebunan kopi mampu menyediakan lapangan kerja lebih dari 2 juta kepala keluarga petani dan memberikan pendapatan yang layak bagi mereka. Di samping itu juga tercipta lapangan kerja bagi pedagang pengumpul hingga eksportir, buruh perkebunan besar dan buruh industri pengolahan kopi. Di sisi lain ekspor komoditas kopi mampu menghasilkan devisa lebih dari US \$ 500 juta/tahun pada periode 1994-1998.

Dewasa ini kopi sudah dimanfaatkan sebagai minuman penyegar baik di negara-negara pengekspor maupun pengimpor di seluruh dunia. Di bawah ini ditunjukkan tabel perkembangan konsumsi kopi di Indonesia dan negara-negara penghasil kopi selama 5 tahun yang terus meningkat.

**TABEL 1.3**

**Konsumsi Domestik Dari Negara Penghasil Kopi**

Domestic Consumption In All Exporting Countries	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Brazil</b>	16331	17125	17660	18390	19130
<b>Ethiopia</b>	2748	2894	3048	3210	3383
<b>Columbia</b>	1400	1400	1400	1400	1400
<b>India</b>	1417	1500	1573	1573	1573
<b>Indonesia</b>	2833	3333	3333	3333	3333
<b>Mexico</b>	2000	2200	2200	2200	2354
<b>Philippines</b>	917	1060	1080	1080	1080
<b>Venezuela</b>	1518	1582	1649	1650	1650

In Million Bags

Sumber: International Coffee Organization, 2011

Bandung sebagai salah satu kota penghasil kopi yang berada di provinsi Jawa Barat ([id.wikipedia.org](http://id.wikipedia.org)), menjadi salah satu kota yang tidak hanya menghasilkan kopi, namun juga menjadi salah satu kota yang mengkonsumsi kopi.

Tingkat konsumsi kopi domestik ini menunjukkan pertumbuhan signifikan seiring dengan berkembangnya kafe yang telah memodifikasi cara penyajian kopi sebagai minuman, dan salah satunya adalah “Ngopi Doeloe”. “Konsumsi kopi lokal sekarang tumbuh karena banyaknya kafe yang memodifikasi cara penyajiannya”, kata Sekretaris Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) Jatim, Ichwan Nursidik. ([Kadin-Indonesia.or.id](http://Kadin-Indonesia.or.id))

Sejak tahun 1990-an, kafe kopi menjadi fenomena menarik di sejumlah kotabesar di Indonesia. Keberadaannya langsung menunjuk pada sejenis gaya hidup eksklusif yang kemudian menyebar ke berbagai sudut kota, bahkan hingga ke kota-kota kecil Kota Bandung salah satunya, dengan mudah dapat ditemukan kata-kata dirancang dalam suasana rumah dengan memanfaatkan teras atau halaman yang luas. Pada tahun 2000 tepatnya di sepanjang Jalan It. H. Juanda mulai muncul konsep kafe tenda (Pikiran rakyat, 14 April 2007). Kafe-kafe yang menggunakan tenda itu berderet di trotoar dengan berbagai sajian makanan dan minuman. Dalam perkembangannya, fenomena ini disambut sebagai peluang usaha baru. Kafe-kafe tumbuh dengan berbagai konsep suasana untuk memenangkan hati konsumen serta profitabilitas bagi perusahaan. Terdapat dua kategori pemain dalam pasar kafe kopi ini yaitu kafe pendatang dan luar negeri dan pemain lokal hasil kreatifitas warga asli Bandung yang mengadopsi konsep kafe kopi ala luar negeri.

Berikut daftar Kafe kopi yang merupakan kafe pendatang dan luar negeri dan pemain lokal di Bandung dengan produk utama (*Main Product*) yaitu kopi dengan berbagai makanan komplemen yang juga tersedia:

**TABEL 1.4**

**Daftar kafe bertema kopi di Bandung**

No.	Nama Kafe Kopi
1	Black Canyon Coffe
2	Brezze Kedai Kopi
3	Coffee Center
4	Embargo Coffee
5	Excelso Coffee
6	La Petite Paris
7	Malabar Coffee Shop
8	Ngopi Doeloe
9	Potluck
10	Prefere 72
11	Roemah Kopi
12	Selasar Coffee
13	Starbucks Coffee
14	The Black CoffeeBar
15	Kopi Ireng
16	Coffee Arcade
17	Dakken Coffee Center
18	Embargo Coffee Shop
19	J.Co Donut & Coffee

Sumber : BandungTourism.com

Pertumbuhan kafe lokal di Bandung dengan tema warung kopi modern ini membuka persaingan terbuka langsung dengan berbagai kafe luar yang telah diakui keberadaanya.

Andreas Budi Tjandra selaku pendatang baru dan pemilik dari kafe “Ngopi Doeloe” memanfaatkan kesempatan ini untuk mendirikan kafe bertemakan warung kopi yang modern dan minimalis. Beliau membangun sebuah bisnis kreatif berupa kafe dan bertemakan warung kopi karena warung kopi merupakan salah satu budaya sosial di masyarakat.

Ngopi Doeloe adalah salah satu kafe lokal yang tidak kalah bersaing dan mulai dapat membaca pasar. Kafe ini berlomba untuk mengangkat sisi emosi pelanggan dengan menetapkan segmen menengah dengan menawarkan fasilitas, suasana, bahkan menu minuman kopi yang tidak kalah dengan kafe dari luar negeri.

Dengan kelebihan itulah saat ini Ngopi Doeloe dapat tumbuh sukses dan mempunyai beberapa cabang di kota Bandung. Berikut daftar cabang kafe Ngopi Doeloe di kota Bandung.

**TABEL 1.5**

**Daftar Cabang Kafe Ngopi Doeloe di kota Bandung**

No.	Alamat
1.	Jl. Purnawarman No. 24-26, Telp (022-4219982)
2.	Jl. Hasanudin No. 7, Telp (022-2500987)
3.	Jl. Teuku Umar No. 5, Telp (022-2500639)
4.	Jl. Burangrang No. 27, Telp (022-7316242)
5.	Jl. Rangka Malela No. 14, Telp (022-4260961)
6.	Jl. Dago No. 57, Telp (022-4260162)
7.	Jl. Buah Batu No. 149, Telp (022-73125455)
8.	Jl. Kapatihan, The Kings Lt. 4, (cabang baru)

Sumber: Ngopi Doeloe 2011

Kesuksesan Ngopi Doeloe tidak sebatas dari bertambahnya cabang kafe Ngopi Doeloe, tapi juga dapat dilihat dari jumlah kunjungan pelanggan pada kafe Ngopi Doeloe. Berikut adalah data jumlah kunjungan pelanggan di kafe Ngopi Doeloe selama periode Januari sampai dengan Oktober 2011.

**TABEL 1.6**  
**Data Jumlah Kunjungan Ngopi Doeloe**  
**Tahun 2008 - 2011**

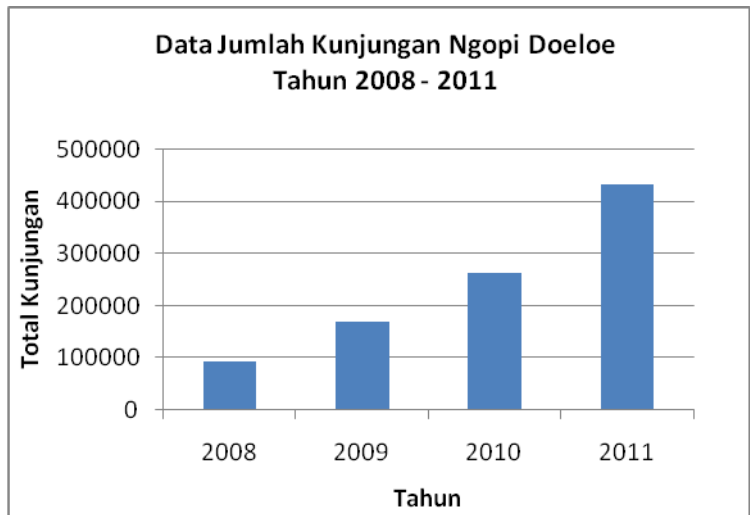
<b>Data Jumlah Kunjungan Ngopi Doeloe</b>				
<b>Bulan</b>	<b>Tahun 2008</b>	<b>Tahun 2009</b>	<b>Tahun 2010</b>	<b>Tahun 2011</b>
Januari	5511	9870	19700	21565
Februari	5604	9901	17324	21822
Maret	5415	8971	17731	23764
April	6481	9117	16890	30219
Mei	6609	9832	16980	20899
Juni	7732	9735	20543	34433
Juli	8612	10071	18891	48201
Agustus	8145	10870	20341	68956
September	8821	16741	33671	69659
Oktober	9674	29558	39978	30356
November	10076	28701	19874	27601
Desember	11004	16635	20953	33478
<b>Total</b>	93684	170002	262876	430953

Sumber: *Marketing Manager* Ngopi Doeloe, 2011

Berdasarkan tabel tingkat kunjungan diatas terlihat mengalami peningkatan dengan strategi yang digunakan. Ngopi Doeloe melihat bahwa hadirnya Ngopi Doeloe mendapatkan sambutan baik dari para konsumen.

Berikut data tingkat kunjungan Ngopi Doeloe pertahun dalam grafik:

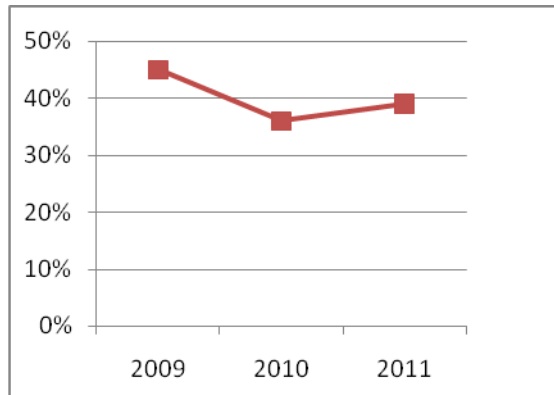
**GAMBAR 1.2**



Sumber: *Marketing Manager* Ngopi Doeloe, 2011

Hal ini memicu pihak Ngopi Doeloe untuk terus menambah cabang di kota Bandung. Seiring dengan penambahan cabang dan meningkatnya kunjungan, hal ini berpengaruh pada tingkat pertumbuhan keuntungan di kedai Ngopi Doeloe. Berikut grafik tingkat pertumbuhan keuntungan pada kafe Ngopi Doeloe tahun 2008-2011.

**GAMBAR 1.3**  
**Grafik Tingkat Pertumbuhan Profit Ngopi Doeloe**  
**Tahun 2008-2011**



Sumber : *Marketing Manager Ngopi Doeloe, 2012*

Pihak Ngopi Doeloe mengatakan bahwa tingkat pertumbuhan profit Ngopi Doeloe meningkat dari tahun ketahunnya. Penurunan sebesar 10% pada grafik untuk tahun 2009 ke 2010 disebabkan Ngopi Doeloe menambah dua buah cabang pada satu tahun yang sama yaitu di tahun 2010, secara profit berkurang karena penambahan cabang ini, namun disisi lain market share dari Ngopi Doeloe meningkat dan ini ditunjukkan pada peningkatan profit sebesar 4% menjadi 39% pada tahun 2011.

Peningkatan dan pertumbuhan usaha Ngopi Doeloe ini dapat berhasil tidak lepas oleh wirausahawan yang dapat menunjang serta melihat kesempatan untuk mengembangkan lapangan usaha ini.

Sosok wirausahawan adalah seseorang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Jiwa kewirausahaan mendorong minat seseorang untuk mendirikan dan mengelola usaha secara profesional. Seorang

wirausahawan harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan berbagai ide.

Jiwa kewirausahaan adalah faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan tertentu, sehingga jiwa kewirausahaan dapat diartikan sebagai pendorong perilaku seseorang.

Usaha kafe Ngopi Doeloe merupakan bentuk usaha menengah yang bergerak di bidang produksi makanan dan minuman dan bertemakan warung kopi modern ini diharapkan dapat menjadi motor penggerak ekonomi di Indonesia.

Berwirausaha tidak selalu memberikan hasil yang sesuai dengan harapan dan keinginan pengusaha. Tidak sedikit pengusaha yang mengalami kerugian dan akhirnya bangkrut. Namun banyak juga wirausahawan yang berhasil beberapa generasi. Kebijakan dalam mengelola maupun melakukan manajemen terhadap bisnis dapat diukur dari berbagai tolok ukur serta parameter tertentu.

Ukuran terhadap keberhasilan dari kebijakan bisnis tersebut dapat berupa penambahan aset, besar kecilnya keuntungan yang diperoleh, semakin meningkatnya volume penjualan, keunggulan produk, keunggulan harga, penambahan cabang baru, penambahan jenis produk, penambahan jumlah karyawan.

Keberadaan wirausahawan warung kopi di kota Bandung dan pentingnya akan jiwa kewirausahaan dari pengusaha untuk mendorong keberhasilan usaha membuat penulis berkeinginan untuk meneliti lebih lanjut hal tersebut.



Berdasarkan uraian tersebut diatas penulis memberikan judul penelitian ini sebagai berikut : **“Pengaruh Karakteristik Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Kedai Kopi Kreatif (Studi Kasus pada Usaha Ngopi Doeloe di Kota Bandung)”**

### **1.3 Perumusan Masalah**

**Identifikasi dari permasalahan adalah sebagai berikut:**

1. Bagaimana karakteristik jiwa kewirausahaan yang tertanam pada pengusaha dalam menunjang keberhasilan usaha kopi “Ngopi Doeloe” di kota Bandung?
2. Bagaimana keberhasilan usaha pada usaha kedai kopi “Ngopi Doeloe”?
3. Indikator apakah dari karakteristik jiwa kewirausahaan dan keberhasilan usaha yang mempunyai pengaruh paling tinggi dan rendah terhadap keberhasilan usaha kopi “Ngopi Doeloe”?
4. Seberapa besar pengaruh jiwa kewirausahaan pengusaha dalam menunjang keberhasilan usaha kopi “Ngopi Doeloe” di kota Bandung?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

**Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :**

1. Untuk mengetahui karakteristik jiwa kewirausahaan yang tertanam pada pengusaha dalam menunjang keberhasilan usaha kopi “Ngopi Doeloe” di kota Bandung.
2. Untuk mengetahui keberhasilan usaha pada usaha kedai kopi “Ngopi Doeloe”.

3. Untuk mengetahui indikator apa yang mempunyai pengaruh paling tinggi dan rendah dari karakteristik jiwa kewirausahaan dan keberhasilan usaha terhadap keberhasilan usaha kopi “Ngopi Doeloe”.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh jiwa kewirausahaan pengusaha terhadap keberhasilan usaha kopi “Ngopi Doeloe” di kota Bandung.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **Kegunaan penelitian ini antara lain :**

#### **1. Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media untuk mengaplikasikan berbagai teori yang telah dipelajari, sehingga selain berguna bagi pengembangan pemahaman, berguna juga untuk penalaran dan pemahaman peneliti.

#### **2. Kegunaan Bagi Bidang Usaha Yang Diteliti**

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi usaha Ngopi Doeloe dan masyarakat yang memiliki usaha serupa.

#### **3. Kegunaan Bagi Praktisi Bisnis**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu acuan dan parameter keberhasilan usaha bagi para praktisi di bidang bisnis mengenai arti pentingnya jiwa kewirausahaan dalam menunjang keberhasilan suatu usaha.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Pada Bab ini akan dibahas gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian serta kegunaan penelitian.

## Bab II : Tinjauan Pustaka

Pada Bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas, faktor-faktor penyebab kebangkrutan, penelitian terdahulu serta kerangka pemikiran.

## Bab III : Metode Penelitian

Pada Bab ini akan diuraikan secara singkat mengenai metode penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan oleh penulis.

## Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada Bab ini akan dijelaskan mengenai karakteristik responden. Selain itu akan dijelaskan mengenai analisis dari hasil pengolahan data.

## Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan dalam bab sebelumnya serta memberikan saran dan rekomendasi yang disampaikan penulis kepada perusahaan mengenai analisis masalah yang diteliti.