

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pengertian UMKM menurut UU No. 20 Tahun 2008 ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang. Namun jika dijabarkan dengan definisi dan sudut pandang yang berbeda, UMKM memiliki pengertian yang luas. Bagi pelaku usaha, UMKM adalah bisnis atau usaha yang dijalankan perseorangan, rumah tangga, maupun badan usaha kecil. Pengertian usaha mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro (simpum.bekasikab.go.id, 2021).

Usaha yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000,-. Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,- dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp 500.000.000,-. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2,5.000.000.000,-. Pengertian usaha menengah adalah

usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan. Usaha menengah sering dikategorikan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp2,5.000.000.000,- sampai Rp50.000.000.000,- (simpum.bekasikab.go.id, 2021).

Saat ini UMKM berkembang pesat di tengah-tengah masyarakat. Perkembangan UMKM yang terus menerus ditandai dengan semakin banyaknya UMKM yang bermunculan dan menawarkan produk yang beragam. Pemilik usaha merupakan kunci sukses suatu usaha dalam industri yang semakin kompetitif, terutama bagi usaha skala kecil dengan tingkat persaingan yang tinggi seperti UMKM (Abdullah Amrin, 2019:3).

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki fokus kuat terhadap pembangunan dan pertumbuhan ekonomi ke arah yang lebih baik. Perekonomian Indonesia pada hakekatnya bertumpu pada ekonomi kerakyatan, terbukti dengan tumbuhnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (kemenkeu.go.id, 2023). UMKM sudah menjadi pilar utama perekonomian dimana dengan adanya UMKM dapat membantu membuka lapangan pekerjaan baru mengingat fenomena saat ini sulitnya mencari pekerjaan sehingga banyak yang memilih berwirausaha sebagai salah satu mata pencaharian. Salah satunya adalah usaha mikro. Usaha

mikro didominasi oleh bisnis yang belum memiliki badan hukum. Walau usaha mikro masih banyak yang belum mampu berkontribusi secara langsung pada PDB Indonesia, namun mereka mampu berkontribusi pada perekonomian negara dengan cara lain. Misalnya menyelamatkan negara dari terjangan krisis ekonomi membantu menciptakan kesejahteraan masyarakat melalui kemandirian ekonomi dan lapangan kerja (Hastuti, 2020:4).

Dalam upaya meningkatkan pertumbuhan usahanya, keberhasilan UMKM saat ini bergantung pada kemampuan kewirausahaan yang dimiliki oleh pemiliknya. Oleh sebab itu sebagai langkah awal untuk memulai usaha dengan baik, maka seorang wirausaha harus memiliki pengetahuan tentang kewirausahaan. Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif dalam menciptakan sesuatu yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Hastuti, 2020:4). Berdasarkan Pernyataan tersebut maka eksistensi usaha mikro kecil menengah mempunyai peran yang besar dalam pembangunan perekonomian yang ada sekarang dengan menciptakan generasi yang mampu membangun untuk menciptakan peluang untuk mengembangkan suatu usaha yang sukses, salah satunya adalah bidang usaha kuliner.

Peluang usaha yang sangat besar saat ini dan seterusnya adalah usaha kuliner yang salah satunya di bidang kopi, kebutuhan manusia setiap harinya tidak bisa lepas dari minuman kopi karena dengan mengkonsumsi kopi tersebut menjadi salah satu sumber energi tubuh dan juga dapat menurunkan resiko terkena penyakit

kanker, diabetes, batu empedu, dan berbagai penyakit jantung. Kebanyakan orang mungkin tidak setiap hari untuk meminum kopi tapi bagi pekerja berat terutama bekerja di malam hari minuman kopi adalah salah satu minuman yang dicari. Tingginya konsumsi kopi menjadikan peluang bagi Indonesia untuk terus meningkatkan produksi dan kualitas kopi untuk memenuhi permintaan konsumen kopi. Provinsi Jawa Tengah menjadi produsen penghasil kopi terbesar kedua setelah provinsi Jawa Timur. Menurut data statistik perkebunan Indonesia produksi kopi di Jawa Tengah tahun 2018, 2019 dan 2020 sebesar 23.686 ton dengan produktivitas sebesar 0,52 ton/ha, sedangkan produksi kopi Provinsi Jawa Timur sebesar 64.529 ton dengan produktivitas sebesar 0,59 ton/ha. Tahun 2019, produksi kopi di Jawa Tengah sebesar 24.063 ton dengan produktivitas 0,53 ton/ha, sedangkan produksi kopi Provinsi Jawa Timur sebesar 66.681 ton dengan produktivitas sebesar 0,60 ton/ha. Tahun 2020, produksi kopi di Jawa Tengah sebesar 24.456 ton dengan produktivitas sebesar 0,53 ton/ha, sedangkan produksi kopi Provinsi Jawa Timur sebesar 68.769 ton dengan produktivitas sebesar 0,62 ton/ha (satudata.pertanian.go.id, 2023).

Banyak orang memanfaatkan usaha kuliner menjadi peluang bisnis yang sangat menguntungkan, salah satu contohnya adalah peluang usaha kopi muria di Desa Colo yang termasuk sentra kopi di Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus. Sejarah penanaman kopi di kawasan Muria tidak dapat dipisahkan dari keberadaan perkebunan negara yang berlokasi di daerah Jollong, Pati, Jawa Tengah. Perkebunan ini berdiri sejak era colonial dan masih bertahan hingga hari ini. Di siang yang terik pada pertengahan Oktober 2020 saya berkunjung ke

perkebunan milik BUMN ini guna melengkapi data seputar penanaman dan produksi kopi di kawasan Muria. Sebuah gapura besar bertuliskan PTPN IX Jollong menjadi penanda bahwa saya telah memasuki kawasan perkebunan ini. Tidak jauh dari gapura, pengunjung akan disambut oleh monumen berbentuk gelas dan cawan yang di bawahnya terdapat tulisan Kopi Jollong (Afthonul Afif et al., 2021:15).

Setelah perkebunan Jollong beroperasi, penanaman kopi di kawasan lereng Muria mulai dilakukan secara massif, berbarengan dengan diangkatnya Ratu Wilhelmina pada tahun 1895 sebagai ratu di Kerajaan Belanda. Penanaman dimulai dari daerah Jollong, kemudian diikuti dengan daerah-daerah lain di lereng Muria seperti Kudus dan Jepara. Catatan yang dikeluarkan oleh N.V. Landbouw menunjukkan bahwa penanaman kopi di Jawa Tengah dan Jawa Timur menuai hasil yang memuaskan, khususnya produksi kopi di lereng Muria. Kopi yang dihasilkan sebagian besar dari jenis robusta-diekspor ke berbagai negara di Eropa seperti Italia dan Jerman (Afthonul Afif et al., 2021:18).

Dari perkebunan lereng Muria, kualitas Kopi Muria tak kalah dengan kopi terkenal lainnya. Kopi yang merupakan warisan turun-temurun sejak 1908 dibudidayakan dengan baik oleh para petani lokal. Kini, Kopi Muria menjadi komoditas unggulan Kabupaten Kudus yang siap dipasarkan hingga luar negeri. Plt. Bupati Kudus H.M. Hartopo mendukung penuh pengembangan usaha Kopi Muria. Hal tersebut disampaikannya saat mengunjungi perkebunan dan pengolahan Kopi Muria di desa Colo (jatengprov.go.id, 2023).

Berbagai strategi publikasi dan pemasaran sedang digencarkan oleh Pemerintah Kabupaten Kudus. H.M. Hartopo sendiri membawa Kopi Muria saat umrah dan berkunjung ke luar negeri. Pihaknya juga meminta setiap OPD menyediakan Kopi Muria dan cemilan khas Kudus di kantor masing-masing. Begitu pula saat dinas luar, setiap OPD diharuskan membawa Kopi Muria sebagai buah tangan khas Kudus (jatengprov.go.id, 2023).

Pemerintah Kabupaten Kudus telah menetapkan beberapa komoditas unggulan daerah untuk dikembangkan di Kabupaten Kudus yaitu salah satunya adalah yaitu jenang, batik, kerajinan bordir, dan kopi muria. Kebijakan Pemerintah Kabupaten Kudus untuk memasukkan kopi muria sebagai salah satu komoditas unggulan daerah merupakan langkah yang tepat. Kopi muria sendiri memiliki daya tarik universal bagi banyak orang dari berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, saat ini penikmat kopi semakin meningkat. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya kafe atau kedai kopi yang banyak di dirikan. Saat ini luas lahan kopi yang ada di Desa Colo mencapai 350 hektare untuk kopi robusta dan 3 hektare untuk kopi arabica (Data Paguyuban Petani Desa Colo, 2022).

Dari tahun ke tahun luas lahan tanaman kopi terus meningkat seperti yang tersajikan pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Luas Lahan (Hektare) Kopi Di Desa Colo Kecamatan Dawe
Periode 2019-2023

Tahun	Kopi Arabica	Kopi Robusta
2019	2,77	345,00
2020	2,80	345,50
2021	2,94	347,88
2022	2,99	349,50
2023	3,00	350,00

Sumber : Paguyuban Petani Kopi Muria Desa Colo, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 luas lahan kopi di Desa Colo dari tahun 2019-2023 mengalami peningkatan luas lahan kopi, namun pelaku usaha kopi muria di Desa Colo belum bisa mengoptimalkan dengan memanfaatkan bertambahnya luas perkebunan kopi tersebut untuk menjadikan usaha kopi kemasan siap jual dengan jumlah pasar yang tinggi, pelaku usaha lebih memilih menjual berupa green beans dengan harga yang murah kepada tengkulak di luar daerah Kabupaten tersebut, karena kurangnya kemampuan usaha dengan mengandalkan kompetensi teknis yang mempunyai pengetahuan, ketrampilan, dan sikap dalam menjalankan usaha dan juga kompetensi pemasaran yang memperdalam riset pasar. Faktor lain yang menghambat keberhasilan usaha dalam pengelolaan usaha kopi muria adalah modal usaha dan juga strategi pemasaran, karena kurangnya modal awal yang belum mencukupi untuk memproses biji kopi mentah menjadi kopi bubuk kemasan siap jual karena hambatan modal, dan juga belum menemukan pasar untuk menjual kopi kemasan karena kurang menguasai dalam memilih pasar,

penetapan harga dan perencanaan produk. Tahap pengolahan kopi diawali dengan sortasi atau menyortir biji kopi mentah, kemudian menyangrai sampai matang atau roasting, habis itu di granding atau menggiling biji kopi menjadi kopi bubuk, dan tahap terakhir yaitu packing. Untuk produksi kopi di wilayah desa Colo, rata-rata setiap hektare mampu menghasilkan kopi mentah sebanyak tiga sampai empat ton, sedangkan harga green beans saat ini rata-rata sekitar Rp 33.000 per kg.

Kopi muria memiliki daya tarik bagi banyak kalangan masyarakat dibuktikan dengan banyaknya pendiri kedai kopi. Penghasil kopi muria terbesar di Kabupaten Kudus terdapat pada Kecamatan Dawe, tepatnya di Desa Colo. Namun data yang diperoleh peneliti dari Paguyuban petani kopi di Desa Colo Dawe Kudus serta Data Pemerintah Desa Colo menunjukkan adanya kesenjangan sebagaimana terlihat dalam tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2
Realiasi Penjualan Kopi Muria Desa Colo Periode 2019-2023

Tahun	Penjualan Kopi Muria	Green Beans	Bubuk Kopi Kemasan
2019	185 ton	105 ton	80 ton
2020	170 ton	110 ton	60 ton
2021	165 ton	95 ton	70 ton
2022	160 ton	90 ton	70 ton
2023	174 ton	100 ton	74 ton
Rata-Rata	170.8 ton	100 ton	70.8 ton

Sumber : Paguyuban Kopi Muria Desa Colo, 2023

Berdasarkan tabel 1.2 tersebut menunjukkan bahwa realisasi penjualan kopi Desa Colo lebih besar dalam penjualan green beans daripada bubuk kopi

kemasan, menurut data dari paguyuban kopi muria Desa Colo dari tahun 2019-2023 penjualan green beans dengan rata-rata 100 ton 5 tahun terakhir, sedangkan penjualan berupa kopi bubuk kemasan lebih kecil yaitu 70.8 ton. Faktor yang mempengaruhi pelaku usaha memilih penjualan green beans daripada bubuk kopi karena lebih mudah mendapatkan pasar karena menjual langsung ke pengepul tetapi harga lebih murah. Hal tersebut menjelaskan bahwa pelaku usaha kopi muria belum mampu bersaing dengan produk kopi yang dihasilkan wilayah lain dalam pengolahan kopi bubuk kemasan. Beberapa faktor yang mempengaruhi antara lain kurangnya kemampuan usaha dan strategi pemasaran yang belum maksimal karena petani kebanyakan menjual produk kopi secara kiloan kepada pengepul, belum mampu melakukan strategi pemasaran agar produk kopi memiliki ciri khas dibandingkan dengan produk kopi lain. Disamping itu pengusaha kopi masih kekurangan modal usaha dengan melihat lebih banyak menjual biji kopi mentah daripada mengolah biji kopi mentah karena kurangnya modal usaha untuk mengolah biji kopi tersebut. Hal-hal tersebut yang menjadikan kopi muria belum mencapai perkembangan usaha dan juga keberhasilan usaha.

Tabel 1.3
Data Pelaku Usaha Kopi Sentra Kopi Muria Desa Colo, 2023

No	Jenis Pelaku Usaha Kopi	Jumlah
1.	Kopi Muria Brand	43
2.	Kopi Muria Non Brand	120
	Jumlah Keseluruhan	163

Sumber: Pemerintah Desa Colo, 2023

Berdasarkan tabel 1.3 tersebut menunjukkan bahwa kemampuan usaha dalam mendirikan brand di Sentra kopi Muria belum secara menyeluruh dan

merata karena kurangnya masyarakat Desa Colo belum menguasai akan pembuatan brand dalam usaha pelaku Kopi tersebut. Hal ini dapat memudahkan konsumen dalam mengenal produk kopi dengan pemilik sentra kopi muria desa Colo dapat dilihat bahwa dalam tabel Kopi non brand atau tidak memiliki brand ini cukup tinggi sekali sebesar 120 pelaku usaha Kopi terhadap pelaku usaha kopi yang memiliki brand sebesar 43 pelaku usaha Kopi Muria Desa pengusaha kopi di Desa Colo tapi banyak dari jumlah tersebut yang belum mempunyai merek untuk produk usaha kopi muria.

Produk Kopi Muria Desa Colo secara offline melalui gerai kopi, dan secara online melalui website, platform marketplace dan media sosial. Hambatan pemasaran secara offline yang di hadapi terjadi akibat berpindahnya lokasi gerai tidak di pusat kota Kudus sehingga mengalami penurunan penjualan secara drastis. Hambatan yang sangat berpengaruh lainnya yaitu adanya Pandemi Covid 19 diawal Maret 2020 yang mengakibatkan penurunan penjualan secara drastis.

Tabel 1.4
Data Penjualan Kopi Muria Desa Colo yang di peroleh
periode tahun 2019-2023

No	Tahun	Nilai Penjualan (Omset)	Target Penjualan (Omset)	Persentase Penjualan
1.	2019	Rp93.800.000,00.	Rp100.000.000,00.	95,2%
2.	2020	Rp83.729.000,00	Rp100.000.000,00	85,75 %
3.	2021	Rp.80.200.000.00	Rp100.000.000,00.	83%
4.	2022	Rp85.350.000,00.	Rp100.000.000,00.	88,45%
5.	2023	Rp.97.500.000,00.	Rp100.000.000,00	98,5%

Sumber : Pengusaha Kopi Muria Desa Colo, 2023

Pada tabel 1.4 di atas menunjukkan target setiap tahunnya adalah Rp.100.000.000,00. sedangkan nilai penjualan (omset) dari tahun 2019 sampai 2023 mengalami fluktuasi. Tahun 2020-2021 mengalami penurunan hal ini disebabkan faktor dampak Covid-19, pada tahun 2022 mengalami peningkatan tetapi tidak signifikan hal ini disebabkan karena konsumen yang sudah mengetahui tempat lokasi Kopi Muria Desa dan juga dampak Covid-19 yang sudah mulai membaik.

Keberhasilan usaha adalah puncak dari berbagai faktor yang mencakup aspek ekonomi seperti pengembalian aset, penjualan, laba, jumlah karyawan, dan akuisisi bisnis, serta faktor non-finansial seperti kepuasan pelanggan, pertumbuhan pribadi, dan pengembangan profesional (Ramadhani & Mulyadi, 2023).

Lincoln menjelaskan bahwa perkembangan usaha merupakan jumlah semua kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpungan pada bidang perdagangan serta industri yang di dalamnya menyediakan barang serta jasa guna kebutuhan menjaga serta memperbaiki kualitas hidup yang merata. Perkembangan usaha menengah merupakan suatu kemampuan pada seseorang pengusaha yang kecil guna mensosialisasikan pada dirinya terhadap suatu kebutuhan pangsa di pasar alhasil dapat memperbaiki taraf suatu hidup pada diri suatu pengusaha tersebut (Purwanti et al., 2021).

Robbin & Judge menjelaskan bahwa kemampuan usaha adalah kemampuan seseorang merupakan hasil latihan atau praktek. Sedangkan Wibowo menjelaskan bahwa kemampuan seseorang adalah kemampuan untuk

melaksanakan suatu pekerjaan yang didasarkan pada pengetahuan dan keterampilan. Sementara Hendro menyatakan kemampuan usaha yaitu kemampuan yang harus dimiliki wirausaha adalah kemampuan: dasar, konseptual, hubungan manusiawi, pengambilan keputusan, memanfaatkan waktu, dan teknologi (Almaidah & Enderwati, 2019).

Modal usaha adalah sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha. Modal ini bisa berupa uang dan tenaga (keahlian). Modal uang biasa digunakan untuk membiayai berbagai keperluan usaha, seperti biaya prainvestasi, pengurusan izin, biaya investasi untuk membeli aset, hingga modal kerja. Sedangkan modal keahlian adalah suatu mental dan kompetensi yang dimiliki seseorang dalam menjalankan suatu usaha (Abid, 2021:42).

Assauri mengatakan strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (Millati & Sofwan, 2022).

Research Gap penelitian ini yang diperoleh dari pengaruh variabel kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha, penelitian yang dilakukan oleh (Purwanti et al., 2021) menyatakan bahwa kemampuan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan hasil penelitian ini jika

kemampuan usaha bernilai positif maka berdampak pada keberhasilan usaha yang bernilai positif pula. Sedangkan hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh (Aisyah Nur Wastuti et al., 2022) menyatakan bahwa kemampuan usaha tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha baik dari usaha skala mikro maupun usaha skala kecil.

Research Gap penelitian ini yang diperoleh dari pengaruh variabel modal usaha terhadap keberhasilan usaha, penelitian yang dilakukan oleh (Almaidah & Endarwati, 2019) menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hasil dari penelitian ini melalui modal usaha akan lebih mampu untuk meningkatkan keberhasilan dalam menjalankan sebuah usaha. Sedangkan hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh (Sumari & Amelia Putri, 2022) menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hal ini membuktikan bahwa pengelolaan modal usaha dalam penelitian ini kurang diperhatikan bahwa pentingnya modal awal dan juga kebutuhan bahan baku untuk pengelolaan usaha. Pada kenyataannya usaha mikro kecil sering kali belum menerapkan sistem pemisah antara keuangan pribadi dengan keuangan usaha, sehingga masalah modal yang tercampur keuangan pribadi ini menjadi penghambat keberhasilan suatu usaha.

Research Gap penelitian ini yang diperoleh dari pengaruh strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha, penelitian yang dilakukan oleh (Sumari & Amelia Putri, 2022) menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif serta signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pengaruh strategi pemasaran

terhadap keberhasilan usaha dapat terkait dengan perkembangan usaha untuk meningkatkan keberhasilan usaha. Sedangkan hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh (Millati & Sofwan, 2022) menyatakan bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini ditunjukkan karena kurangnya kepekaan para pelaku usaha terhadap pentingnya strategi pemasaran.

Research Gap penelitian ini yang diperoleh dari pengaruh variabel kemampuan usaha terhadap perkembangan usaha, penelitian yang dilakukan oleh (Purwanti et al., 2021) menyatakan bahwa kemampuan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha. Jadi bila terjadi peningkatan kemampuan usaha akan meningkat pula perkembangan usaha yang diperoleh. Sedangkan hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh (Nabawi & Basuki, 2022) menyatakan bahwa kemampuan usaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Kemampuan usaha bukanlah faktor yang menentukan pelaku bisnis dalam mengembangkan usahanya. Hal ini dimungkinkan karena di era sekarang ini orang dapat berusaha dengan sistem usaha gabungan.

Research Gap penelitian ini yang diperoleh dari pengaruh variabel modal usaha terhadap perkembangan usaha, penelitian yang dilakukan oleh (Purwanti et al., 2021) menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha. Besarnya perkembangan usaha melalui modal suatu usaha. Bertambahnya perkembangan usaha yang didapat, maka bertambah tinggi pula tinggi perkembangannya. Sedangkan hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh (Afrilia Tina Nur Anisa & Nur Huri Mustofa, 2021) menyatakan

bahwa modal usaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Pada kenyataannya modal usaha memang merupakan salah satu komponen penting dalam berwirausaha, namun modal usaha tidak lantas menjadi faktor penting dalam berwirausaha. Sebuah usaha dapat terus berlanjut dan berkembang dengan tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya modal usaha.

Research Gap penelitian ini yang diperoleh dari pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha, penelitian yang dilakukan oleh (Afrilia Tina Nur Anisa & Nur Huri Mustofa, 2021) menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan usaha. Dengan karakter yang dimiliki tiap wirausaha diikuti dengan modal yang cukup, seorang pelaku usaha akan memiliki strategi atau perencanaan guna memperbaharui usahanya agar dapat menarik minat banyak masyarakat sehingga usahanya dapat berkembang dengan pesat. Sedangkan hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh (Al Kausar et al., 2022) menyatakan bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Hasil ini menjelaskan bahwa perencanaan strategi pemasaran justru menurunkan perkembangan usaha, hal ini dikarenakan terlalu banyak merancang strategi dalam pemasaran akan mengakibatkan kebimbangan wirausaha untuk memilih strategi yang tepat.

Research Gap penelitian ini yang diperoleh dari pengaruh perkembangan usaha terhadap keberhasilan usaha, penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Purwanti et al., 2021) menyatakan bahwa perkembangan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan dari penelitian ini apabila terjadi peningkatan terhadap

perkembangan maka meningkat pula keberhasilan usaha. Sedangkan hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh (Merry Fithriani & Theresia Marditama, 2020) menyatakan bahwa perkembangan usaha tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Hal tersebut dijelaskan dalam penelitian ini bahwa hubungan antara variabel pengembangan usaha dan keberhasilan usaha merupakan variabel yang bukan keterkaitan satu sama lain.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan beberapa perbedaan penelitian tentang perkembangan usaha dan keberhasilan usaha, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH KEMAMPUAN USAHA, MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN KEBERHASILAN USAHA MELALUI PERKEMBANGAN USAHA (Studi Kasus Sentra Kopi Muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus).**

1.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka ruang lingkup bentuk penelitian ini adalah:

1. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel eksogen, variabel endogen dan variabel intervening sebagai berikut:
 - a. Variabel eksogen: kemampuan usaha, modal usaha dan strategi pemasaran.
 - b. Variabel endogen: keberhasilan usaha
 - c. Variabel intervening: perkembangan usaha

2. Obyek dalam penelitian ini adalah sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus
3. Waktu dalam penelitian ini adalah satu bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan data luas perkebunan tanaman kopi muria dan data target penjualan serta realiasi penjualan senta kopi muria di Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus, maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian yaitu

- a. Pelaku usaha kopi muria Desa Colo belum mampu mencapai keberhasilan usaha untuk bersaing dengan produk kopi yang dihasilkan wilayah lain karena terjadinya peningkatan modal dari tahun ke tahun, kurang memperhatikan volume penjualan dan juga kurangnya efisiensi kerja dalam pengelolaan produk kopi muria pada sentra kopi muria Desa Colo.
- b. Pelaku usaha kopi muria Desa Colo belum mengalami perkembangan usaha dalam peningkatan keberhasilan usaha karena kurangnya peningkatan kualitas produk, kualitas SDM dan juga dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha sentra kopi muria Desa Colo.
- c. Pelaku usaha kopi muria Desa Colo kurang mengasah kemampuan usaha dengan kemampuan kompetensi teknis, pemasaran dan juga

pengelolaan keuangan sehingga belum bisa mengolah biji kopi mentah untuk dijadikan bubuk kopi kemasan siap jual dengan pasar yang luas.

- d. Pelaku usaha kopi muria Desa Colo kurang memanfaatkan modal usaha atau modal awal dengan baik dalam memulai usaha menjadi salah satu faktor yang menghambat keberhasilan usaha, pengeluaran yang melampaui modal atau kurangnya modal dalam menjalankan usaha dan kurang memanfaatkan modal tambahan dengan baik juga menghambat keberhasilan usaha.s
- e. Pelaku usaha kopi muria Desa Colo belum bisa menemukan pasar untuk menjual kopi kemasan karena kurang menguasai dalam memilih pasar, penetapan harga dan perencanaan produk. Hal tersebut menjelaskan karena kurangnya strategi dalam memasarkan produk kopi muria untuk lebih luas pemasarannya.

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kemampuan usaha terhadap perkembangan usaha sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus?
2. Bagaimana pengaruh modal usaha usaha terhadap perkembangan usaha sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus?
3. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus?

4. Bagaimana pengaruh kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus?
5. Bagaimana pengaruh modal usaha terhadap keberhasilan usaha sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus?
6. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus?
7. Bagaimana pengaruh perkembangan usaha terhadap keberhasilan usaha sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kemampuan usaha terhadap perkembangan usaha sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus.
2. Menganalisis pengaruh modal usaha usaha terhadap perkembangan usaha sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus.
3. Menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus.
4. Menganalisis pengaruh kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus.

5. Menganalisis pengaruh modal usaha terhadap keberhasilan usaha sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus.
6. Menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus.
7. Menganalisis pengaruh perkembangan usaha terhadap keberhasilan usaha sentra kopi muria Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Temuan studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi wawasan baru tentang kemampuan usaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha dan perkembangan usaha sehingga berguna untuk pengembang ilmu bagi pembawa secara umum ataupun mahasiswa yang sedang mengembangkan ilmu, khususnya dalam bidang kewirausahaan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan serta bahan dalam merumuskan peningkatan kemampuan usaha, perbaikan modal usaha dan mengasah strategi pemasaran, dengan mengandalkan perkembangan usaha sehingga dapat menemukan titik keberhasilan suatu usaha dan juga dapat digunakan bahan untuk evaluasi bagi pelaku usaha sentra kopi muria di Desa Colo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus.