

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan di Indonesia yang memegang peranan penting bagi perekonomian nasional sebagai salah satu komoditi ekspor. Selain sebagai sumber penghasilan rakyat, juga sebagai sumber lapangan kerja, dan sumber pendapatan devisa negara. Kopi merupakan komoditas ekspor terpenting kedua dalam perdagangan global, setelah minyak bumi (Ariyanti et al., 2019).

Kopi merupakan komoditas yang banyak diusahakan oleh petani di Indonesia dimana ada dua jenis kopi yang dibudidayakan yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Sebagai produk ekspor, komoditas kopi dapat memberikan kontribusi berupa penghasil devisa dan pendapatan negara, sumber pendapatan petani, penciptaan lapangan kerja, pendorong pertumbuhan sektor agribisnis dan agroindustri, pengembangan wilayah serta pelestarian lingkungan (Ma'wah, 2022).

Industri kopi di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), produksi kopi Indonesia mencapai 774 ribu ton pada tahun 2022, dan Indonesia menduduki peringkat keempat sebagai produsen kopi terbesar di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia (BPS, 2022).

Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan kopi di Indonesia mengalami peningkatan signifikan, dengan konsumsi lokal meningkat sekitar 8% per tahun (Regita et al, 2021). Hal ini menciptakan peluang bagi para petani dan pelaku usaha kopi untuk mengembangkan usaha mereka, terutama di daerah yang memiliki potensi alamiah untuk budidaya kopi, seperti Kabupaten Bantaeng di Sulawesi Selatan.

Kabupaten Bantaeng yang terletak di bagian selatan Provinsi Sulawesi Selatan dan memiliki ketinggian tempat bervariasi mulai dari 0–1500 meter di atas permukaan laut (mdpl) merupakan salah satu daerah penghasil kopi Robusta dan Arabika. Daerah-daerah penghasil kopi di Bantaeng tersebar di Kecamatan Tompobulu, Eremerasa, Bantaeng, Sinoa, dan Uluere. Sebagian besar kopi di Bantaeng ditanam dengan sistem kebun campur. Berdasarkan data statistik Kabupaten Bantaeng yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), luas perkebunan kopi di Kabupaten Bantaeng mencapai 3840 ha pada tahun 2019 dan tinggal 2537.5 ha pada tahun 2020. Hingga tahun 2019, produksi kopi di Bantaeng mencapai 1.744 ton (Ma'wah, 2022).

Namun, meskipun banyak usaha kopi bermunculan, tidak semua dapat bertahan dan berkembang dengan baik. Menurut data yang ada, banyak usaha kopi di Kabupaten Bantaeng yang masih tergolong mikro dan belum mampu bersaing secara efektif. Keberhasilan suatu usaha kopi dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain modal, perencanaan, lokasi, serta kemampuan manajerial pemilik usaha. Modal menjadi salah satu faktor krusial yang menentukan kapasitas produksi dan pengembangan usaha (Harlina, 2020). Selain itu, perencanaan yang matang dan pemilihan lokasi strategis juga berperan penting dalam menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan (Ma'wah, 2022).

Berhasilnya suatu usaha tentu saja dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal adalah hal-hal yang terkait dengan kekuatan dan kelemahan dari perusahaan dan faktor eksternal adalah faktor-faktor dari luar perusahaan yang terkait dengan ancaman dan peluang bagi perusahaan. Faktor internal dan eksternal ini tentu saja harus sesuai dengan kondisi internal dari perusahaan itu sendiri (Thana et al., 2021).

Dari latar belakang diatas dapat dikatakan bahwa keberhasilan suatu usaha dipengaruhi oleh banyak faktor. Untuk dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan mana yang dominan terhadap keberhasilan suatu usaha perlu dilakukan kajian penelitian. Oleh demikian peneliti akan melakukan penelitian tentang “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kopi di Kabupaten Bantaeng”.

1.2 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh langsung dan tidak langsung secara signifikan terhadap keberhasilan usaha kopi di Kabupaten Bantaeng dan menganalisis faktor-faktor mana yang lebih dominan dalam mempengaruhi keberhasilan usaha kopi tersebut.

Kegunaan penelitian ini yaitu: diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, serta diharapkan dapat memberikan informasi untuk pengambilan kebijakan bagi pemerintah dalam melihat kebutuhan masyarakat terhadap usaha, dan diharapkan dapat memperluas pengetahuan bagi para pelaku usaha yang memproduksi produk serupa.

1.3 Literature Review

Keberhasilan usaha dapat dilihat dari target pencapaian yang dibuat oleh pengusaha atau pemilik usaha itu sendiri. Keberhasilan yang menyatakan bahwa kita dapat menganalisis keberhasilan usaha dengan mengetahui kinerja suatu perusahaan yang dapat dirumuskan melalui suatu perbandingan nilai yang dihasilkan perusahaan dengan nilai yang diharapkan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Kinerja perusahaan adalah salah satu faktor dari berbagai banyaknya faktor untuk menjadikan hal tersebut sangat penting mengetahui tingkat adaptasi bisnis dengan lingkungannya (Dwi Poetra, 2019).

1.3.1 Keberhasilan Usaha

Tujuan atau target adalah ukuran keberhasilan yang paling signifikan (Toledo-López et al (2012) dalam (Kinasih et al (2022)). Keberhasilan usaha merupakan sebuah keberhasilan yang didapatkan apabila dalam usaha tersebut telah tercapai tujuannya. Keberhasilan usaha dapat dilihat dari berbagai macam hal, diantaranya bagaimana sebuah usaha itu dapat bertahan dan berkembang serta dengan adanya peningkatan kemampuan dan alat produksi, penambahan tenaga kerja, penambahan modal yang didapat dari keuntungan dan adanya peningkatan volume produksi. Selain itu, kriteria atau standar keberhasilan usaha dapat dilihat dari meningkatnya pendapatan, meningkatnya output produksi, meningkatnya kapasitas penjualan, meningkatnya tenaga kerja dan meningkatnya pendapatan dari usaha tersebut (Tiara Damayanti et al., 2023). Keberhasilan sering kali diukur melalui

kemampuan untuk menghasilkan laba secara konsisten dan mempertahankan stabilitas keuangan dalam jangka panjang (Hani, 2021).

Sehingga dari beberapa pendapat di atas dapat diketahui definisi keberhasilan usaha adalah keadaan yang menggambarkan lebih daripada lainnya yang sederhana atau sekelasnya melalui ide atau visi bisnis (*business vision*) yang jelas dengan adanya kemauan dan keberanian untuk menghadapi risiko baik waktu maupun uang. Dalam jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba (Mulyah et al., 2020). Keberhasilan juga dipengaruhi oleh kemampuan manajerial wirausaha, yang mencakup kreativitas, inovasi, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan pasar (Giawa, 2015). Suksesnya usaha tercermin dalam peningkatan pendapatan yang konsisten, laba yang stabil, dan pangsa pasar yang meningkat. Pelanggan yang puas dan loyal, adaptasi terhadap perubahan pasar, serta keberhasilan dalam membangun tim yang kompeten juga menjadi faktor penting. Semua aspek ini saling berhubungan dan mendukung mencapai tujuan usaha, memerlukan evaluasi dan perbaikan terus-menerus (Ningsih & Ariefiantoro, 2024).

Dari beberapa pernyataan tersebut, tolak ukur suatu usaha dikatakan berhasil mencakup beberapa aspek yaitu ketahanan dan perkembangan usaha, peningkatan kapasitas produksi, peningkatan penjualan dan pendapatan, serta peningkatan pelanggan.

1.3.2 Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha

Faktor penentu keberhasilan adalah elemen kunci yang bertujuan memastikan segala sesuatu berjalan dengan baik untuk mencapai tujuan organisasi atau keputusan yang diambil (Nurlaeli, et al 2024). Keberhasilan usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, menurut Hendro (2011) dalam (Hermansyah & Dahmiri, 2019) mengatakan bahwa faktor-faktor keberhasilan usaha meliputi faktor manusia (SDM), keuangan, pemasaran, dan kebijakan pemerintah. Menurut Alhansa, et al (2021) faktor-faktor penentu keberhasilan usaha adalah Sumber Daya Manusia (SDM) teknik produksi, pemasaran dan keuangan. Menurut Yulianingsih (2021) salah satu aspek eksternal penentu keberhasilan usaha adalah kebijakan pemerintah dan peran lembaga terkait. Kemudian menurut Ritonga & Dewi (2023) Kinerja sektor usaha mikro dan kecil (UMK) dipengaruhi oleh dua faktor utama yakni faktor-faktor eksternal dan faktor-faktor internal. Faktor internal meliputi aspek SDM (pemilik, manajer, dan karyawan); aspek keuangan, aspek teknis produksi; dan aspek pemasaran. Sedangkan Faktor eksternal terdiri dari kebijakan pemerintah serta peranan lembaga terkait seperti Pemerintah, Perguruan Tinggi, Swasta, dan LSM.

Dari beberapa pendapat para ahli dan peneliti di atas dapat disimpulkan bahwa faktor keberhasilan usaha dapat dikelompokkan menjadi dua aspek utama yaitu aspek Internal (SDM, keuangan, pemasaran, dan teknik produksi) dan aspek eksternal (kebijakan pemerintah dan peran lembaga terkait).

1. Faktor Internal

Faktor internal mencakup elemen-elemen yang berasal dari dalam usaha dan biasanya dapat dikendalikan oleh pemilik usaha. Beberapa aspek penting dari faktor internal meliputi:

- a. **Sumber Daya Manusia (SDM):** Kualitas dan keterampilan pemilik serta karyawan sangat menentukan kinerja perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa SDM yang terampil dan berpengalaman dapat meningkatkan produktivitas dan inovasi dalam usaha (Ajiutami et al, 2023).
 - Ketersediaan dan kualitas SDM, sangat menentukan kinerja usaha. Pemilik usaha yang memiliki keterampilan dan pengalaman yang luas dapat membuat keputusan strategis yang lebih baik dan mengelola operasional dengan efektif.
 - Motivasi dan disiplin SDM, juga sangat penting. Pekerja yang termotivasi dan disiplin akan lebih produktif dan siap untuk menghadapi tantangan yang muncul.
 - Pelatihan dan pengembangan SDM, dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka, sehingga mereka dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi.
- b. **Aspek Keuangan:** Manajemen keuangan yang baik, termasuk pengelolaan modal kerja dan investasi, berperan penting dalam keberlangsungan usaha. Keterbatasan modal sering kali menjadi kendala bagi usaha untuk berkembang (Ritonga & Dewi, 2023).
 - Kemampuan manajemen modal yang baik sangat esensial. Suatu usaha harus dapat mengelola modal kerja dengan efektif untuk membiayai operasional dan investasi.
 - Strategi finansial yang tepat, seperti pengelolaan hutang dan piutang, dapat membantu sebuah usaha dalam menghindari likuiditas dan mengoptimalkan *return on investment* (ROI).
 - Rekening dan laporan keuangan, pemilik usaha harus memiliki kemampuan untuk membuat rekening dan laporan keuangan yang akurat untuk memantau kinerja keuangan secara *real-time*.
- c. **Pemasaran:** Strategi pemasaran yang efektif dapat membantu sebuah usaha dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Pemasaran yang baik juga mencakup pemahaman terhadap kebutuhan konsumen dan tren pasar (Rokhayati & Lestari, 2016).
 - Analisis pasar, pemahaman yang baik tentang target market dan tren pasar dapat membantu sebuah usaha dalam menyesuaikan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.
 - Promosi dan pemasaran digital, penggunaan promosi dan pemasaran digital seperti *social media marketing*, SEO, dan *email marketing* membantu suatu usaha dalam meningkatkan visibilitas dan *engagement* dengan konsumen.

- Relasi konsumen, membangun relasi yang baik dengan konsumen melalui *costumer service* yang baik dan personalisasi produk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
- d. Teknik produksi:** Proses produksi yang efisien dan inovatif dapat mengurangi biaya dan meningkatkan kualitas produk, sehingga memberikan keunggulan kompetitif (Febrian & Kristianti, 2020).
- Inovasi produk dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi sebuah usaha. Membuat produk yang unik dan berguna dapat meningkatkan permintaan pasar.
 - Proses produksi efisiensi, mengoptimalkan proses produksi dapat menghemat biaya operasional dan meningkatkan produktivitas. Ini dapat dilakukan dengan implementasi teknologi canggih dan optimasi aliran kerja.
 - Kontrol mutu, memiliki control mutu yang baik dapat meningkatkan reputasi suatu usaha dan mempertahankan loyalitas konsumen.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah elemen-elemen yang berasal dari luar organisasi UMKM dan sering kali sulit untuk dikendalikan oleh pemilik usaha. Berikut beberapa aspek penting dari faktor eksternal yang mempengaruhi keberhasilan UMKM:

- a. Kebijakan Pemerintah:** Kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM, seperti insentif pajak atau bantuan modal, dapat berkontribusi besar terhadap keberhasilan usaha. Namun, kurangnya informasi mengenai kebijakan ini sering kali menjadi penghalang bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkannya (Ajiutami, 2023).
- Insentif dan subsidi: kebijakan insentif dan subsidi yang diberikan oleh pemerintah dapat membantu suatu usaha dalam mengcover biaya operasional dan investasi awal.
 - Zona ekonomi *free trade area* (FTA), partisipasi dalam zona FTA dapat membuka akses pasar global dan meningkatkan ekspor suatu usaha.
 - Regulasi bisnis, adopsi regulasi bisnis yang moderat dan tidak berlebihan dapat membantu suatu usaha dalam menghindari biaya administratif yang tidak perlu.
- b. Dukungan Lembaga Terkait:** Peran lembaga pemerintah, swasta, dan organisasi non-pemerintah dalam memberikan dukungan teknis dan finansial juga sangat penting. Keterlibatan lembaga ini dapat membantu UMKM dalam mengatasi berbagai kendala operasional (Febrian & Kristianti, 2020).
- Bank dan institusi keuangan, ketersediaan kredit mikro dan program-program keuangan inklusif dapat membantu suatu usaha dalam mengakses modal yang diperlukan.
 - Organisasi swadaya masyarakat (OSM), organisasi OSM seperti yayasan dan LSM dapat memberikan dukungan teknis dan psikologis kepada pelaku usaha.

- Universitas dan institut teknologi, kolaborasi dengan universitas dan institute teknologi dapat membantu sebuah usaha dalam mengakses teknologi canggih dan sains.

Keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang berasal dari dalam organisasi usaha, seperti kualitas sumber daya manusia, manajemen keuangan, strategi pemasaran, dan teknik produksi, adalah elemen-elemen yang dapat dikendalikan oleh pemilik usaha dan memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi serta daya saing usaha. Di sisi lain, faktor eksternal yang berasal dari luar organisasi, seperti kebijakan pemerintah dan dukungan lembaga terkait, memberikan dampak yang signifikan tetapi sulit dikendalikan oleh pemilik usaha. Pemahaman dan adaptasi terhadap kedua faktor ini diperlukan agar UMKM dapat bertahan, tumbuh, dan meraih kesuksesan di tengah persaingan dan perubahan kondisi pasar.

1.4 Research Gap

Dengan identifikasi kesenjangan penelitian, peneliti dapat menentukan fokus penelitian dengan menemukan celah atau kekosongan pengetahuan yang perlu dipenuhi. Langkah ini memastikan bahwa penelitian yang dilakukan relevan dan memberikan kontribusi baru ke literatur yang sudah ada. Selain itu, gap penelitian memberi peneliti kesempatan untuk berinovasi dengan menemukan pertanyaan penelitian yang belum terjawab dan kebutuhan baru (Wardhana, 2024).

Tujuan utama dari research gap adalah untuk menemukan area atau aspek yang belum dibahas, kurang mendapat perhatian, atau masih membutuhkan pengembangan dalam penelitian sebelumnya. Dengan mengidentifikasi dan menjelaskan research gap tersebut, peneliti dapat memberikan kontribusi yang inovatif, relevan, dan berarti bagi bidang ilmu atau topik yang sedang dikaji. Adapun kesenjangan penelitian dari penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang adalah sebagai berikut.

Thana, Pongdatu, Mantong, dan Hariadi (2021) Dalam penelitiannya yang berjudul “Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kopi Jantan Toraja (Studi Kasus pada UMKM Kopi 1000 Nurhidayah)” meneliti mengenai keberhasilan UMKM kopi di Tana Toraja Provinsi Sulawesi Selatan dengan studi kasus. Variabel dependen dari penelitian ini adalah keberhasilan usaha kopi serta variabel independennya adalah 19 (Sembilan belas) faktor internal dan 14 (empat belas) faktor eksternal, termasuk beberapa didalamnya kualitas produk, SDM, lokasi, modal, teknik produksi, promosi, pemasaran, strategi harga, respon konsumen, dukungan pemerintah yang sejalan dengan penelitian saat ini. Metode analisis data yang digunakan pada tahap awal yaitu matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*), pada tahap selanjutnya digunakan alat analisis Matriks IE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, lokasi, modal, pemasaran, strategi harga, dan respon konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan UMKM sedangkan SDM, teknik produksi, promosi, dan dukungan pemerintah masih kurang untuk mempengaruhi keberhasilan UMKM kopi 1000 Nurhidayah.

Revadiana dan Trimo (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Usaha Kopi (Studi Kasus di PT.SML, Jawa Barat)” meneliti mengenai keberhasilan usaha kopi di Kota Bandung Provinsi Jawa Barat dengan studi kasus. Variabel dependen pada penelitian ini adalah keberhasilan usaha kopi serta variabel independennya adalah aspek SDM, aspek produksi, aspek pemasaran dan aspek keuangan. Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan metode studi kasus yang datanya dinyatakan dalam keadaan sebagaimana adanya. Hasil penelitian menyatakan bahwa semua aspek yang digunakan sebagai variabel independen berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha kopi di PT.SML Jawa Barat.

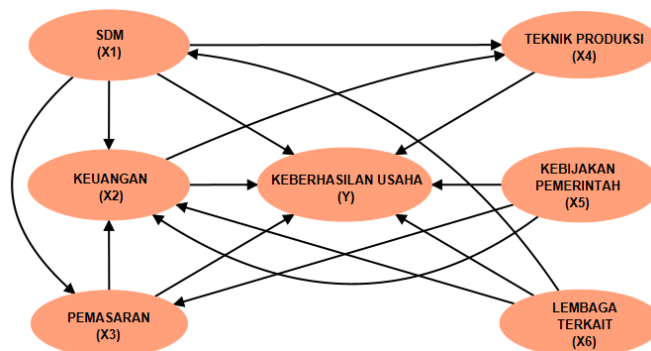
Setiawan dan Satria (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor Keberhasilan yang Dipengaruhi Modal, Teknologi, Keuangan (*Point of Sale*), Dukungan Pemerintah dan MSDM Terhadap UMKM (Studi Kasus pada UMKM Kedai Kopi di Kota Malang)” meneliti mengenai keberhasilan UMKM Kedai Kopi di Kota Malang Provinsi Jawa Timur dengan studi kasus. Variabel dependen pada penelitian ini adalah keberhasilan UMKM Kopi serta variabel independennya adalah modal, keuangan, dukungan pemerintah dan manajemen sumber daya manusia. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan analisis regresi dan menggunakan alat analisis *smart*-PLS. Hasil penelitian menyatakan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM Kedai Kopi di Kota Malang.

Dasipah, Sukmawati, dan Faturachman (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Faktor Kelembagaan, Sosial Ekonomi, dan Penerapan (Adopsi) Teknologi Terhadap Keberhasilan Usahatani Kopi Arabika Java Preanger” meneliti mengenai keberhasilan usahatani yang berlokasi di Kecamatan Rancakalong, Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Tengah. Variabel dependen dari penelitian ini adalah keberhasilan usahatani kopi serta variabel independennya adalah kelembagaan, sosial ekonomi, penerapan adopsi teknologi. Desain penelitian ini menggunakan kuantitatif kemudian dianalisis dengan metode statistik deskriptif maupun parametrik. Hasil penelitian menyatakan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan Usahaatani Kopi Arabika Java Pranger.

Foeh (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pencatatan Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM Kedai Kopi di Kota Malang” meneliti mengenai perkembangan UMKM kedai kopi yang berlokasi di Kota Malang Provinsi Jawa Timur. Variabel dependen dari penelitian ini adalah Perkembangan UMKM Kedai Kopi di Kota Malang serta variabel independennya adalah karakteristik wirausaha, modal, pemasaran, dan keuangan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak STATA 16. Hasil penelitian menyatakan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM Kedai Kopi di Kota Malang.

1.5 Hipotesis

Dalam penelitian ini, hipotesis dirumuskan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang telah diajukan, dengan tujuan menguji hubungan antara variable X sebagai indikator dan variable Y sebagai hasil pengujian. Untuk mempermudah pemahaman pembaca mengenai hubungan antara variabel yang diteliti, disediakan peta konsep hipotesis yang digambarkan secara visual keterkaitan antara variable-variabel tersebut. Peta konsep dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konsep

Berdasarkan gambar di atas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H_1 : SDM (X1) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y)
- H_2 : Keuangan (X2) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y)
- H_3 : Pemasaran (X3) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y)
- H_4 : Teknik Produksi (X4) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y)
- H_5 : Kebijakan Pemerintah (X5) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y)
- H_6 : Lembaga Terkait (X6) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y)
- H_7 : SDM (X1) dapat mempengaruhi keuangan (X2)
- H_8 : SDM (X1) dapat mempengaruhi pemasaran (X3)
- H_9 : SDM (X1) dapat mempengaruhi teknik produksi (X4)
- H_{10} : Keuangan (X2) dapat mempengaruhi teknik produksi (X4)
- H_{11} : Pemasaran (X3) dapat mempengaruhi keuangan (X2)
- H_{12} : Kebijakan pemerintah (X5) dapat mempengaruhi keuangan (X2)
- H_{13} : Kebijakan pemerintah (X5) dapat mempengaruhi pemasaran (X3)
- H_{14} : Lembaga terkait (X6) dapat mempengaruhi SDM (X1)
- H_{15} : Lembaga terkait (X6) dapat mempengaruhi keuangan (X2)

Keseluruhan faktor ini membentuk ekosistem yang saling terkait, dimana setiap elemen memberikan kontribusi signifikan untuk mendukung pertumbuhan dan keberhasilan usaha kopi dalam menghadapi tantangan di pasar yang kompetitif. Dengan memaksimalkan potensi dari setiap faktor ini, diharapkan usaha kopi dapat berkembang, bertahan dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

BAB II METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan ini dipilih untuk mengukur keberhasilan usaha kopi menggunakan KPI (*Key Performance Indicators*) dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kopi di Kabupaten Bantaeng menggunakan metode analisis SEM-PLS.

2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bantaeng, Provinsi Sulawesi Selatan. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan Kabupaten Bantaeng merupakan salah satu daerah penghasil kopi terbanyak di Sulawesi Selatan dan terdapat banyak usaha atau UMKM yang memproduksi produk kopi. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan November 2024 sampai selesai.

2.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha kopi yang ada di Kabupaten Bantaeng. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria inklusi untuk mempermudah penentuan sampel.

Adapun kriteria inklusi yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Jenis usaha yang berfokus pada bisnis kopi seperti warkop, kedai kopi, *café*, *roastery* (pabrik atau pengolahan kopi), pedagang kopi bubuk literan, hingga pedagang kopi mentah.
- b. Skala usaha kopi ultra mikro dan UMKM
- c. Lokasi usaha yang berada di Kabupaten Bantaeng.
- d. Lama berdiri usaha minimal 2 tahun.
- e. Kesiediaan pemilik usaha untuk memberikan informasi atau data relevan yang berkontribusi pada keberhasilan usaha.

Purposive sampling merupakan sebuah metode sampling non random sampling dimana periset memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas spesial yang cocok dengan tujuan riset sehingga diharapkan bisa menanggapi kasus riset. Misalnya hendak dicoba riset tentang mutu santapan, hingga sumber informasinya merupakan orang yang pakar dalam bidang santapan. Bila melaksanakan riset tentang politik hingga yang jadi ilustrasi merupakan orang yang pakar dalam bidang politik. Ilustrasi ini lebih sesuai digunakan buat riset kualitatif ataupun penelitian-penelitian yang tidak melaksanakan generalisasi (Lenaini, 2021). Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada pendekatan *10 times rule*, yang merupakan salah satu aturan praktis yang sering digunakan dalam SEM-PLS. Dalam penelitian ini ada yang memiliki indikator terbanyak yaitu 4 indikator. Ukuran sampel minimal untuk SEM-PLS harus sama atau lebih besar dari 10 kalinya jumlah terbanyak dari jumlah indikator formatif yang digunakan untuk mengukur sebuah konstruk (Marliana, 2020). Maka ukuran sampel yang dibutuhkan adalah 40 responden.

2.4 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian (tanpa perantara). Dalam penelitian ini, data primer

dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada pelaku usaha atau UMKM kopi di Kabupaten Bantaeng. Sementara itu, data sekunder berasal dari sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti buku, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu.

2.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survei. Asmadi Als (2004:20) dalam Andhini (2017) mengemukakan rancangan survei merupakan prosedur dimana peneliti melaksanakan survei atau memberikan angket atau skala pada satu sampel untuk mendeskripsikan sikap, opini, perilaku, atau karakteristik responden. Dari hasil survei ini, peneliti membuat claim tentang kecenderungan yang ada dalam populasi. Survei merupakan teknik untuk mengumpulkan informasi atau pendapat dari responden dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun, bisa dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Metode pengumpulan data dalam studi ini menggunakan kuisioner berisi pertanyaan terstruktur untuk mengevaluasi apa saja yang mempengaruhi keberhasilan usaha pada usaha Kopi yang ada di Kabupaten Bantaeng. Kuesioner ini disebarakan secara langsung dengan mendatangi pemilik usaha yang memproduksi produk kopi di Kabupaten Bantaeng.

2.6 Key Performance Indicator (KPI)

KPI adalah metrik yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu entitas—baik individu, tim, maupun organisasi—mencapai tujuan yang telah ditetapkan. KPI berfungsi sebagai alat evaluasi yang tidak hanya mengukur hasil, tetapi juga memberikan umpan balik yang konstruktif untuk meningkatkan kinerja di masa depan (Sudaryanto, 2024) (Damayanti et al., 2023). Tujuan utama dari penggunaan KPI meliputi menetapkan arah yang jelas atau memberikan panduan tentang apa yang diharapkan dari setiap individu atau tim, meningkatkan motivasi dan keterlibatan yang mendorong karyawan untuk berkontribusi lebih baik terhadap pencapaian organisasi (Sudaryanto, 2024) (Muhammad Aditya et al., 2024), serta mengukur kemajuan dengan pemantauan kinerja secara real-time dan identifikasi area yang perlu ditingkatkan (Muhammad Aditya et al., 2024). KPI yang dirancang mengukur untuk setiap indikator, sehingga perusahaan dapat mengukur kinerja dengan efektif di masing-masing indikator tersebut (Desai, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja keberhasilan dari sejumlah usaha dengan menggunakan KPI yang telah ditetapkan.

Tabel 1. Key Performance Indicator (KPI)

No	Indikator Kinerja	KPI
1	Penjualan	Peningkatan volume penjualan atau jumlah produk yang terjual selama periode waktu tertentu. Peningkatan penjualan (%) = $\left(\frac{\text{penjualan saat ini} - \text{penjualan sebelumnya}}{\text{penjualan sebelumnya}} \right) \times 100\%$
2	Keuntungan	Peningkatan keuntungan yang berhasil diperoleh selama periode waktu tertentu. Peningkatan keuntungan (%) = $\left(\frac{\text{keuntungan saat ini} - \text{keuntungan sebelumnya}}{\text{keuntungan sebelumnya}} \right) \times 100\%$
3	Pertumbuhan Pelanggan	Peningkatan jumlah pelanggan yang berhasil diperoleh selama periode waktu tertentu. Pertumbuhan pelanggan (%) = $\left(\frac{\text{jumlah pelanggan saat ini} - \text{jumlah pelanggan sebelumnya}}{\text{jumlah pelanggan sebelumnya}} \right) \times 100\%$

Sumber: Data primer sebelum diolah, 2024.

2.7 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, digunakan dua jenis variabel, yakni variabel dependen (endogen) dan variabel independen (eksogen). Variabel dependen merupakan variabel utama yang diteliti. Sementara itu, variabel independen adalah variabel yang memengaruhi variabel dependen, dengan pengaruh yang bisa bersifat positif atau negatif. Pada penelitian ini, variabel dependen adalah keberhasilan usaha (Y), sedangkan variabel independennya adalah (X) yaitu SDM (X1), Keuangan (X2), Pemasaran (X3), Teknik Produksi (X4), Kebijakan Pemerintah (X5), dan Lembaga Terkait (X6).

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variable	Definisi Operasional	Indikator	Kode	Skala
SDM (X1)	Sumber Daya Manusia (SDM) adalah kualitas dan kemampuan individu yang bekerja dalam usaha kopi tersebut, mencakup pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dapat mempengaruhi performa dan keberhasilan bisnis.	- Keterampilan Teknis	X1.1	Ordinal
		- Motivasi dan Komitmen	X1.2	1 = sangat tidak setuju
		- Kreativitas dan Inovasi	X1.3	2 = tidak setuju
		- Kualitas Pelayanan	X1.4	3 = netral 4 = setuju 5 = sangat setuju
Keuangan (X2)	Keuangan adalah kemampuan usaha dalam mengelola aspek finansial yang mencakup	- Pengelolaan biaya	X2.1	Ordinal
		- Arus kas	X2.2	1 = sangat tidak
		- Struktur	X2.3	tidak

	pendapatan, biaya operasional, cash flow, serta strategi pengelolaan keuangan yang efisien. Pengelolaan keuangan yang baik akan mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha kopi.	modal - Pengelolaan investasi	X2.4	setuju 2 = tidak setuju 3 = netral 4 = setuju 5 = sangat setuju
Pemasaran (X3)	Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan, mendistribusikan, dan menjual produk kopi dengan tujuan meningkatkan kesadaran pelanggan, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran yang efektif membantu usaha kopi bersaing dan bertahan di pasar yang kompetitif.	- Promosi	X3.1	Ordinal
		- Distribusi	X3.2	
		- Citra Merk	X3.3	1 = sangat tidak setuju 2 = tidak setuju 3 = netral 4 = setuju 5 = sangat setuju
		- Pangsa pasar	X3.4	
Teknik Produksi (X4)	Teknik produksi adalah metode, proses, dan teknologi yang digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi produk kopi berkualitas tinggi. Efisiensi dan inovasi dalam teknik produksi memengaruhi produktivitas, kualitas produk, dan daya saing usaha kopi.	- Proses produksi	X4.1	Ordinal
		- Penggunaan teknologi	X4.2	1 = sangat tidak setuju 2 = tidak setuju 3 = netral 4 = setuju 5 = sangat setuju
		- Kualitas bahan baku	X4.3	
Kebijakan Pemerintah (X5)	Kebijakan pemerintah adalah serangkaian peraturan, program, dan dukungan yang diberikan	- Dukungan regulasi	X5.1	Ordinal
		- Dukungan pendanaan	X5.2	1 = sangat tidak

	oleh pemerintah daerah maupun pusat untuk mendukung pengembangan usaha kopi.	- dan subsidi - Kemudahan dalam akses pasar - Pengendalian dan stabilisasi harga	X5.3 X5.4	setuju 2 = tidak setuju 3 = netral 4 = setuju 5 = sangat setuju
Dukungan Lembaga Terkait (X6)	Lembaga terkait adalah institusi atau organisasi yang memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, kepada pelaku usaha kopi.	- Dukungan pelatihan dan edukasi	X6.1	Ordinal
		- Akses pembiayaan	X6.2	1 = sangat tidak setuju 2 = tidak setuju
		- Penyediaan infrastruktur	X6.3	3 = netral 4 = setuju 5 = sangat setuju
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha mencakup ukuran spesifik yang digunakan untuk menilai seberapa baik suatu usaha berjalan dan seberapa dekat usaha tersebut dengan mencapai tujuan.	- Peningkatan penjualan	Y1	Rasio
		- Peningkatan pendapatan	Y2	
		- Pertumbuhan pelanggan	Y3	

Sumber: Data primer setelah diolah, 2024.

2.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2019 dalam Leal & Moreira 2023). Setelah mengumpulkan data dari kuesioner, analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kopi. Peneliti menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan teknik Partial Least Squares (SEM-PLS), yang diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4. Pemilihan metode ini karena SEM-PLS mampu melakukan prediksi terhadap pengaruh variabel independen X terhadap variabel dependen Y serta memberikan penjelasan mengenai keberadaan hubungan antara kedua variabel tersebut (Riefky & Hamidah, 2020 dalam Asteria et al., 2023). SEM-PLS dipilih karena fleksibilitasnya dalam menganalisis hubungan kompleks antar variabel

laten, serta kemampuannya untuk menangani ukuran sampel yang kecil dan distribusi data yang tidak normal (Santoso & Alamsyah, 2024).

2.8.1 Pengukuran Keberhasilan Usaha

Untuk mengukur keberhasilan usaha menggunakan *Key Performace Indicator* dapat dihitung berdasarkan pencapaian aktual dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan, dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase Pencapaian} = \frac{\text{Capaian}}{\text{Target}} \times 100\% \quad (1)$$

Skor yang diperoleh akan dikonversikan melalui skala pengukuran sebagai berikut:

Tabel 3. Standar Ukuran Keberhasilan

Rasio Keberhasilan	Kriteria
>100%	Sangat Berhasil
90% - 100%	Berhasil
80% - 90%	Cukup Berhasil
60% - 80%	Kurang Berhasil
<60%	Tidak Berhasil

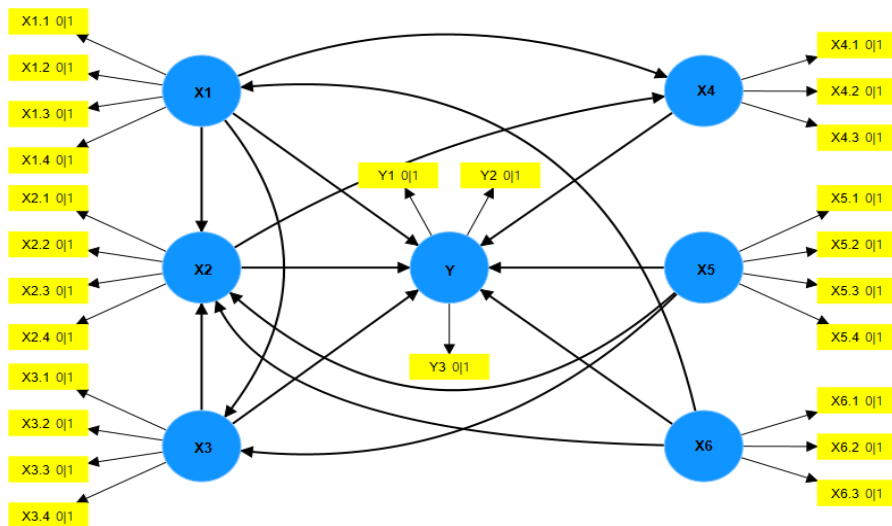
Sumber: Data primer sebelum diolah, 2024.

2.8.2 SEM-PLS

Structural Equation Model (SEM) dengan *Partial Least Squares* (PLS) merupakan suatu teknik alternatif pada analisis SEM dimana data yang dipergunakan tidak harus berdistribusi normal multivariat. Pada SEM dengan PLS nilai variabel laten dapat diestimasi sesuai dengan kombinasi linear dari variabel-variabel manifest yang terkait dengan suatu variabel laten serta diperlakukan untuk menggantikan variabel manifest indikator (Alodya et al, 2017). Menurut Monecke & Leisch (2012) dalam (Alodya et al., 2017) SEM-PLS menggunakan pendekatan model struktural (*inner model*) dan model pengukuran (*outer model*).

2.8.3 Model Spesifikasi

Model spesifikasi pada SEM-PLS dilakukan dengan membuat sebuah path diagram yang menggambarkan hubungan antara variabel eksogen dan endogen (model struktural (*inner model*)) dan hubungan antara variabel eksogen dan endogen terhadap indikatornya masing-masing (model pengukuran/*outer model*) (Marliana, 2020).



Gambar 2. Model Spesifikasi

2.8.4 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran PLS-SEM menggunakan kriteria non-parametrik dengan prosedur bootstrapping dan blindfolding. Tujuannya adalah menilai validitas dan reliabilitas pengukuran konstruk. Pada model reflektif, evaluasi dilakukan melalui internal consistency (composite reliability), indicator reliability, convergent validity (average variance extracted), dan discriminant validity (Marliana, 2020).

Semakin tinggi nilai outer loading suatu konstruk, semakin besar kesamaan antar indikator, yang disebut indicator reliability. Outer loading harus signifikan secara statistik dengan nilai minimal 0,7–0,8. Jika nilai berada di rentang 0,4–0,7, indikator dapat dihapus jika penghapusannya meningkatkan composite reliability dan average variance extracted (AVE).

Convergent validity diukur dengan nilai AVE, yang harus lebih besar dari 0,5. Nilai AVE > 0,5 menunjukkan bahwa konstruk rata-rata menjelaskan lebih dari 50% varians indikator. Sebaliknya, jika AVE < 0,5, kekeliruan lebih besar dibandingkan varians yang dijelaskan oleh konstruk. Discriminant validity dapat diukur dengan nilai cross loadings indikator. Secara umum, outer loadings suatu indikator harus lebih besar dibandingkan outer loadings indikator tersebut pada konstruk lain.

2.8.5 Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural mencakup pengujian kolinearitas, signifikansi hubungan, dan nilai *R-Square*. Kolinearitas diuji dengan statistik VIF, yang harus antara 0,2 dan 5. Jika VIF di luar rentang tersebut, konstruk perlu dieliminasi, dihilangkan, atau digabungkan dengan konstruk lain (Marliana, 2020).

Pengujian signifikansi model struktural menggunakan statistik *t* dari estimasi path coefficient (rentang -1 hingga +1) dalam algoritma PLS-SEM. Untuk sampel >30 dan pengujian dua pihak, nilai kritisnya adalah 1,65 (10%), 1,96 (5%), dan 2,57 (1%). Path coefficient signifikan jika nilai *t* lebih besar dari nilai kritis pada taraf signifikansi tertentu.

Koefisien determinasi *R-Square* mengukur akurasi prediksi model sebagai kuadrat korelasi antara nilai aktual dan prediksi variabel endogen. Koefisien ini menunjukkan pengaruh gabungan variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen, dengan nilai *R-Square* antara 0 hingga 1. Semakin tinggi *R-Square*, semakin tinggi akurasi prediksi, dengan kriteria 0,75 (tinggi), 0,5 (sedang), dan 0,25 (rendah).

2.8.6 Pengujian Hipotesis

Tingkatan signifikansi bisa digunakan secara statistik untuk memastikan apakah hipotesis diterima ataupun ditolak. Nilai signifikansi yang digunakan adalah *t-statistic* sebesar 1,96 (tingkat signifikansi = 5%), serta *P-value* yang baik untuk mengukur penerimaan sebuah hipotesis adalah $< 0,05$ (Asteria et al., 2023). Sehingga:

- Jika nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t*-tabel [$t\text{-statistic} > 1,96$] atau nilai $P < 0,05$ maka hipotesis diterima.
- Jika nilai *t-statistic* lebih kecil dari nilai *t*-tabel [$t\text{-statistic} < 1,96$] atau nilai $P > 0,05$ maka hipotesis ditolak.

2.9 Batasan Operasional

1. Usaha Kopi merupakan usaha yang melakukan kegiatan produksi dan pemasaran produk Kopi yang berlokasi di Kabupaten Bantaeng.
2. Keberhasilan usaha adalah tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan yang diharapkan oleh sebuah bisnis yang diukur melalui peningkatan penjualan, peningkatan keuntungan dan pertumbuhan pelanggan.
3. Peningkatan penjualan merupakan kenaikan jumlah unit produk yang terjual, yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Persentase peningkatan penjualan dihitung dengan membandingkan jumlah penjualan 1 tahun pertama dengan penjualan 1 tahun berikutnya. Semakin tinggi persentasenya, semakin besar peningkatan penjualan selama periode tersebut.
4. Peningkatan keuntungan adalah bertambahnya laba yang diperoleh setelah menghitung pendapatan dikurangi biaya produksi dan dinyatakan dalam bentuk persentase. Peningkatan keuntungan dihitung dengan membandingkan persentase keuntungan pada 1 tahun pertama dengan keuntungan 1 tahun berikutnya.
5. Pertumbuhan pelanggan adalah peningkatan jumlah pelanggan dari 1 tahun pertama dengan pertumbuhan pelanggan 1 tahun berikutnya yang diukur dalam bentuk persentase.
6. Variable dalam penelitian ini sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha yaitu sumber daya manusia (SDM), keuangan, pemasaran, teknik produksi, kebijakan pemerintah, lembaga terkait, dan aspek sosial budaya.
7. Sumber Daya Manusia (SDM) diukur melalui 4 indikator, yaitu keterampilan teknik, motivasi dan komitmen, kreativitas dan inovasi, serta kualitas pelayanan. Pada pengukuran variable ini menggunakan skala Likert 1-5, dimana 1 = tidak setuju dan 5 = sangat setuju.

8. Keuangan diukur melalui 4 indikator, yaitu pengelolaan biaya, arus kas, struktur modal, dan pengelolaan investasi. Pada pengukuran variable ini menggunakan skala Likert 1-5, dimana 1 = tidak setuju dan 5 = sangat setuju.
9. Pemasaran diukur melalui 4 indikator, yaitu promosi, distribusi, citra merk, dan pangsa pasar. Pada pengukuran variable ini menggunakan skala Likert 1-5, dimana 1 = tidak setuju dan 5 = sangat setuju.
10. Teknik produksi diukur melalui 3 indikator, yaitu proses produksi, penggunaan teknologi, dan kualitas bahan baku. Pada pengukuran variable ini menggunakan skala Likert 1-5, dimana 1 = tidak setuju dan 5 = sangat setuju.
11. Kebijakan pemerintah diukur melalui 4 indikator, yaitu dukungan regulasi, dukungan pendanaan dan subsidi, kemudahan dalam akses pasar, pengendalian dan stabilisasi harga. Pada pengukuran variable ini menggunakan skala Likert 1-5, dimana 1 = tidak setuju dan 5 = sangat setuju.
12. Lembaga terkait diukur melalui 3 indikator, yaitu dukungan pelatihan dan edukasi, akses pembiayaan, dan penyediaan infrastruktur. Pada pengukuran variable ini menggunakan skala Likert 1-5, dimana 1 = tidak setuju dan 5 = sangat setuju.