

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia, kopi bukan sekadar minuman, melainkan sudah menjadi bagian dari gaya hidup dan budaya masyarakat. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024), produksi kopi Indonesia pada tahun 2022 mencapai sekitar 774.000 ton, menjadikan Indonesia sebagai produsen kopi terbesar keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia (*International Coffee Organization/ICO, 2023*). Dari sisi konsumsi, Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI, 2023) melaporkan bahwa konsumsi kopi per kapita masyarakat Indonesia meningkat signifikan dari 1,0 kg per tahun pada 2013 menjadi 1,8 kg per tahun pada 2023. Pertumbuhan ini didorong oleh perubahan gaya hidup generasi muda yang menjadikan warung kopi dan kedai kopi sebagai ruang sosial, tempat kerja informal, sekaligus sarana hiburan.

Meningkatnya konsumsi kopi domestik tersebut berdampak langsung pada pertumbuhan usaha warung kopi di berbagai daerah. Pertumbuhan industri ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar, tetapi juga menjalar ke kota-kota menengah dan kecil di seluruh Indonesia. Survei *Snapcart* (2023) menunjukkan bahwa 79 persen masyarakat Indonesia mengonsumsi kopi setidaknya sekali dalam sehari, yang menjadi tanda besarnya pasar potensial bagi para pelaku usaha di sektor ini.

Di sisi lain, budaya minum kopi di warung kopi sudah menjadi kebiasaan dalam kehidupan sosial masyarakat Aceh sejak lama. Pasaribu (2023) dalam penelitiannya menegaskan bahwa warung kopi di Kota Lhokseumawe bukan

sekadar tempat menikmati minuman, tetapi telah menjadi ruang interaksi sosial, diskusi, dan pembentukan relasi yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat produktif. Kejadian ini turut mendorong tingginya minat masyarakat untuk membuka usaha warung kopi di Kota Lhokseumawe, termasuk di Kecamatan Muara Satu.

Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Stisalhilal Sigli (2025) mengonfirmasi bahwa tren konsumsi kopi dan budaya bersosialisasi di warung kopi memberikan prospek bisnis yang signifikan bagi pengembangan usaha kedai kopi di kota lhokseumawe. Persaingan yang ketat di antara pelaku usaha warung kopi menjadi tantangan nyata yang serius, karena tidak semua pelaku usaha mampu bertahan dan mencapai keberhasilan usaha yang optimal.

Berdasarkan pra-survei yang dilakukan peneliti pada bulan Januari 2026, tercatat sebanyak 57 warung kopi yang beroperasi di Kecamatan Muara Satu, Kota Lhokseumawe. Jumlah ini menunjukkan betapa tingginya minat masyarakat untuk terjun ke usaha warung kopi di kawasan tersebut. Tetapi hasil pra-survei juga mengungkap sejumlah permasalahan yang cukup mencolok. Dari wawancara singkat dengan beberapa pemilik warung kopi, peneliti menemukan bahwa tingkat keberhasilan usaha di antara mereka sangat bervariasi. Sebagian warung kopi berhasil tumbuh dan berkembang, sementara sebagian lainnya justru mengalami penurunan atau bahkan terancam gulung tikar dalam waktu kurang dari dua tahun sejak dibuka.

Dari hasil pra-survei tersebut, peneliti mengidentifikasi tiga faktor utama yang membedakan pelaku usaha yang berhasil dan yang tidak berhasil. Faktor pertama adalah motivasi berwirausaha, di mana sebagian pemilik membuka warung kopi hanya karena ikut-ikutan tren tanpa memiliki dorongan yang kuat untuk berkembang secara berkelanjutan. Faktor kedua yaitu latar belakang pendidikan, mulai dari tamatan sekolah menengah pertama hingga sarjana, tidak semua yang berpendidikan tinggi mampu mengelola usahanya dengan lebih baik.

Dan yang terakhir adalah faktor pengalaman usaha, dari 57 warung kopi yang ada di Kecamatan Muara Satu peneliti melakukan pra survey terhadap pelaku usaha, di mana pemilik yang sebelumnya pernah bekerja di usaha kuliner atau memiliki pengalaman berwirausaha cenderung lebih mampu menghadapi tantangan operasional dibandingkan mereka yang baru di bidang ini. Wawancara awal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap keberhasilan usaha warung kopi di Kecamatan Muara Satu.

Sebelum menguraikan lebih lanjut, perlu ditegaskan terlebih dahulu bahwa konsep “warung kopi” yang dijadikan objek dalam penelitian ini tidak dibatasi hanya pada kedai kopi berskala kecil atau warung tradisional semata. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2022), usaha warung kopi atau kedai kopi mencakup seluruh jenis tempat usaha yang menjadikan kopi sebagai produk utama yang dijual kepada konsumen, termasuk warung kopi tradisional, cafe modern, kedai kopi semi-formal, maupun gerai kopi yang beroperasi secara mandiri dengan berbagai skala usaha.

Penegasan ini sejalan dengan klasifikasi usaha yang digunakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS, 2023) dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI), yang menempatkan seluruh jenis usaha penyajian minuman kopi, baik dengan maupun tanpa makanan pendamping, dalam satu kategori usaha yang sama, yaitu usaha penyediaan makanan dan minuman (KBLI 56303). Dengan demikian, yang dimaksud dengan warung kopi dalam penelitian ini adalah setiap tempat usaha yang menjual kopi sebagai menu utamanya dan beroperasi secara aktif di wilayah kecamatan muara satu, tanpa memandang skala atau bentuk fisik tempatnya. Hal ini penting untuk ditegaskan agar ruang lingkup penelitian menjadi jelas dan tidak menimbulkan penafsiran yang sempit terhadap objek yang diteliti.

Pentingnya penelitian ini diperkuat oleh berbagai temuan empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya. Karisma (2025) menemukan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha kuliner, menggunakan 353 responden pelaku usaha kuliner dan menyimpulkan bahwa pelaku usaha yang memiliki motivasi tinggi cenderung lebih gigih, tekun, dan berhasil dalam menjalankan usahanya. Temuan ini menegaskan bahwa motivasi berwirausaha bukan hanya faktor pendukung, tetapi merupakan salah satu penentu utama keberhasilan usaha.

Selanjutnya, Tamimi (2022) mendapatkan hasil yang serupa, dengan menggunakan metode regresi linier berganda pada 50 responden pemilik usaha *coffee shop*, menemukan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini menjadi sangat relevan

karena mengambil objek yang sama, yaitu usaha *coffee shop* atau warung kopi, sehingga memberikan dasar empiris yang kuat bahwa motivasi berwirausaha memang berperan penting dalam keberhasilan usaha di sektor ini.

Dari sisi pengaruh pengalaman usaha, Putri dan Susanto (2026) menyatakan bahwa pengalaman usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini mengambil objek pelaku usaha kedai kopi sebanyak 40 responden di Kota Sampit, dan hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 48 persen variasi keberhasilan usaha mampu dijelaskan oleh variabel pengalaman usaha dan media sosial. Temuan ini menegaskan bahwa pelaku usaha yang memiliki jam terbang lebih panjang dan keterampilan manajerial yang terasah dari pengalaman sebelumnya akan lebih siap menghadapi tantangan dalam mengelola warung kopi.

Mengenai pengaruh latar belakang pendidikan, bahwa tingkat pendidikan yang lebih tinggi berkorelasi positif dengan kinerja keuangan, pertumbuhan penjualan, dan daya saing pasar usaha mikro (Elshifa dkk., 2023). Penelitian ini menggunakan desain *cross-sectional* dengan teknik *multistage cluster sampling* dan hasilnya menunjukkan bahwa pendidikan memainkan peran penting dalam meningkatkan keberhasilan usaha mikro. Sementara itu, Zainora (2022) dalam skripsinya menyatakan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, namun pengalaman usaha berpengaruh positif

terhadap keberhasilan usaha meskipun tidak signifikan secara statistik dalam konteks tersebut (Setiany dan Anisah, 2024). Temuan yang berbeda ini memperkuat adanya inkonsistensi hasil penelitian terkait pengaruh latar belakang pendidikan dan pengalaman usaha terhadap keberhasilan UMKM, sehingga mendorong perlunya penelitian lanjutan dalam konteks yang berbeda.

Beberapa penelitian terbaru turut memperkuat gambaran empiris tersebut. Hasibuan dan Sumarno (2024) menemukan bahwa tingkat pendidikan, pelatihan kewirausahaan, dan pengalaman usaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kecil, yang menegaskan relevansi ketiga faktor tersebut dalam penelitian ini. Sejalan dengan itu, Ananda dkk. (2023) membuktikan bahwa pengalaman usaha berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kota Pekanbaru, memperkuat bukti empiris peran pengalaman usaha di berbagai konteks daerah. Selain itu, Safitri dkk. (2023) dalam penelitiannya pada komunitas kedai kopi Subang Menyeduh menemukan bahwa banyak pelaku usaha kedai kopi mengalami kegagalan meskipun industri ini tumbuh positif, sebuah fenomena yang sejalan dengan kondisi bervariasinya keberhasilan usaha warung kopi di Kecamatan Muara Satu.

Meskipun penelitian-penelitian di atas memberikan kontribusi yang berharga, terdapat beberapa kesenjangan penelitian yang masih perlu diisi. Pertama, penelitian yang secara khusus menggabungkan ketiga variabel yaitu motivasi berwirausaha, latar belakang pendidikan, dan pengalaman usaha secara bersama-sama dalam satu model penelitian untuk mengukur pengaruhnya

terhadap keberhasilan usaha warung kopi di kecamatan muara satu, kota lhokseumawe, belum pernah dilakukan.

Kedua, sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan di konteks perkotaan besar seperti Jakarta (Elshifa dkk., 2023), Banyuwangi (Karisma dkk., 2025), Medan (Tamimi, 2022), Sampit (Putri & Susanto, 2026), dan Banjarbaru (Setiany & Anisah, 2024), sehingga belum tentu hasil temuan tersebut dapat dikaitkan pada konteks Kota Lhokseumawe yang memiliki karakteristik budaya dan ekonomi yang berbeda. Ketiga, terdapat perbedaan hasil penelitian terkait pengaruh latar belakang pendidikan terhadap keberhasilan usaha Elshifa dkk., (2023) menemukan pengaruh signifikan, sementara Setiany dan Anisah (2024) tidak menemukan pengaruh yang signifikan sehingga perlu diuji kembali dalam konteks lokal Kecamatan Muara Satu.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada tiga hal. Pertama, penelitian ini merupakan penelitian pertama yang secara spesifik menguji kombinasi pengaruh motivasi berwirausaha, latar belakang pendidikan, dan pengalaman usaha terhadap keberhasilan usaha pelaku usaha warung kopi di Kecamatan Muara Satu, Kota Lhokseumawe. Kedua, objek penelitian ini memiliki keunikan tersendiri karena warung kopi di Aceh, khususnya di Kota Lhokseumawe, memiliki fungsi sosial dan budaya yang jauh lebih kompleks dibandingkan warung kopi di daerah lain, yakni sebagai ruang sosial, ruang ekonomi informal, dan bahkan ruang diskusi keagamaan dan politik. Ketiga, penelitian ini akan menjadi kontribusi literatur akademis pertama dari Program Studi Kewirausahaan Universitas Malikussaleh yang secara khusus memotret kondisi dan faktor penentu

keberhasilan usaha UMKM warung kopi di Kecamatan Muara Satu, sehingga diharapkan dapat memperkaya keilmuan kewirausahaan lokal.

Penelitian ini dilandasi oleh beberapa teori yang relevan. Pertama, Teori Motivasi Berprestasi (*Achievement Motivation Theory*) yang dalam konteks kewirausahaan dikaji oleh Karisma dkk., (2025) menjelaskan bahwa individu dengan motivasi berprestasi tinggi memiliki dorongan internal yang kuat untuk mencapai tujuan usaha. Pengusaha dengan motivasi tinggi cenderung bertanggung jawab atas segala aspek usahanya dan berusaha sebaik mungkin untuk meraih kesuksesan, sehingga motivasi berwirausaha menjadi salah satu penentu utama keberhasilan usaha (Karisma dkk., 2025). Teori ini menjadi landasan untuk memahami bagaimana motivasi berwirausaha memengaruhi keberhasilan pelaku usaha warung kopi.

Kedua, Teori Modal Manusia (*Human Capital Theory*) yang diaplikasikan dalam riset UMKM oleh Elshifa dkk., (2023) menegaskan bahwa tingkat pendidikan yang lebih tinggi di antara pemilik usaha berkorelasi positif dengan kinerja keuangan, pertumbuhan penjualan, dan daya saing pasar. Investasi dalam pendidikan dan pelatihan terbukti meningkatkan produktivitas serta kemampuan pengelolaan usaha secara signifikan (Elshifa dkk., 2023). Teori ini menjadi dasar untuk menjelaskan mengapa latar belakang pendidikan dapat memengaruhi keberhasilan usaha.

Ketiga, prinsip *Learning by Doing* yang diaplikasikan dalam konteks UMKM kuliner oleh Setiany dan Anisah (2024) menjelaskan bahwa semakin

banyak pengalaman yang dimiliki wirausaha, semakin baik kemampuan mereka dalam menentukan strategi dan menilai peluang. Pengalaman usaha meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja serta mematangkan kepribadian wirausaha dalam menghadapi persaingan bisnis (Setiany & Anisah, 2024). Prinsip ini relevan dalam menjelaskan bagaimana pengalaman usaha yang dibangun dari waktu ke waktu akan meningkatkan kemampuan adaptasi, pengambilan keputusan, dan pengelolaan usaha secara keseluruhan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji secara lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha pelaku usaha warung kopi di Kecamatan Muara Satu. Dengan mengacu pada fenomena yang ada, data pra-survei yang telah diperoleh, kesenjangan penelitian yang teridentifikasi, dan dukungan teori yang relevan, penelitian ini mengangkat judul "Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Latar Belakang Pendidikan dan Pengalaman Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Pelaku Usaha Warung Kopi di Kecamatan Muara Satu".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan keberhasilan usaha pelaku usaha warung kopi di Kecamatan Muara Satu?
2. Apakah latar belakang pendidikan berpengaruh positif dan signifikan keberhasilan usaha pelaku usaha warung kopi di Kecamatan Muara Satu?

3. Apakah pengalaman usaha berpengaruh positif dan signifikan keberhasilan usaha pelaku usaha warung kopi di Kecamatan Muara Satu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha terhadap keberhasilan usaha pelaku usaha warung kopi di Kecamatan Muara Satu.
2. Untuk mengetahui pengaruh latar belakang pendidikan terhadap keberhasilan usaha pelaku usaha warung kopi di Kecamatan Muara Satu.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman usaha terhadap keberhasilan usaha pelaku usaha warung kopi di Kecamatan Muara Satu.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu kewirausahaan, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha UMKM di sektor kuliner. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur akademis tentang kewirausahaan berbasis budaya lokal di Provinsi Aceh, sekaligus menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa di konteks yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

- a.** Bagi pelaku usaha warung kopi di Kecamatan Muara Satu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan motivasi untuk terus meningkatkan kemampuan manajerial, memperluas wawasan melalui pendidikan dan pelatihan, serta memupuk pengalaman usaha agar dapat mencapai keberhasilan yang lebih optimal.
- b.** Bagi masyarakat umum yang ingin memulai usaha warung kopi, penelitian ini dapat menjadi panduan awal mengenai faktor-faktor yang perlu dipersiapkan sebelum memulai usaha.
- c.** Bagi Peneliti, penelitian ini merupakan kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di Program Studi Kewirausahaan Universitas Malikussaleh. Selain itu, penelitian ini juga menjadi sarana untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan analitis dalam memahami fenomena kewirausahaan yang terjadi di lingkungan sekitar.