



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Ide Bisnis

Manusia merupakan makhluk sosial, yang berarti manusia membutuhkan manusia lainnya untuk bertahan hidup. Terutama di Indonesia yang memiliki budaya "Silaturahmi", menyebabkan masyarakat Indonesia sangat senang untuk berkumpul dengan sanak saudara maupun dengan rekan-rekan kerja, istilah yang muncul untuk kegiatan berkumpul bersama-sama adalah "nongkrong". Kata "nongkrong" sendiri memiliki arti yaitu sebuah kegiatan duduk dan berbicara atau ngobrol dengan teman.

Kegiatan nongkrong sendiri sudah berkembang seiring berjalannya waktu dan seiring berkembangnya teknologi. Jika dulu kegiatan nongkrong hanya dilakukan di warung-kopi kecil lalu berkembang ke kedai-kedai kopi yang sudah menjamur, hingga sekarang berkembang ke kafe dan kedai makanan atau kedai minuman lainnya. Kegiatan nongkrong sekarang bukan hanya sekadar menghilangkan rasa lapar, melainkan banyak tujuan dari orang-orang untuk nongkrong. Beberapa misalnya, seperti mengerjakan tugas, menghilangkan penat dan kesibukan yang dijalani sehari-hari, diskusi atau rapat dengan komunitasnya, bertemu dengan teman lama, menunggu kemacetan yang tak kunjung terurai, bahkan ada pula yang hanya menumpang foto dan *update* lokasi di media sosial. Seringkali makanan dan minuman yang dihidangkan merupakan cemilan dan minuman kopi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan tindakan yang sama tanpa izin penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

dan kesibukan yang dijalani sehari-hari, diskusi atau rapat dengan komunitasnya, bertemu dengan teman lama, menunggu kemacetan yang tak kunjung terurai, bahkan ada pula yang hanya menumpang foto dan *update* lokasi di media sosial. Seringkali makanan dan minuman yang dihidangkan merupakan cemilan dan minuman kopi.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



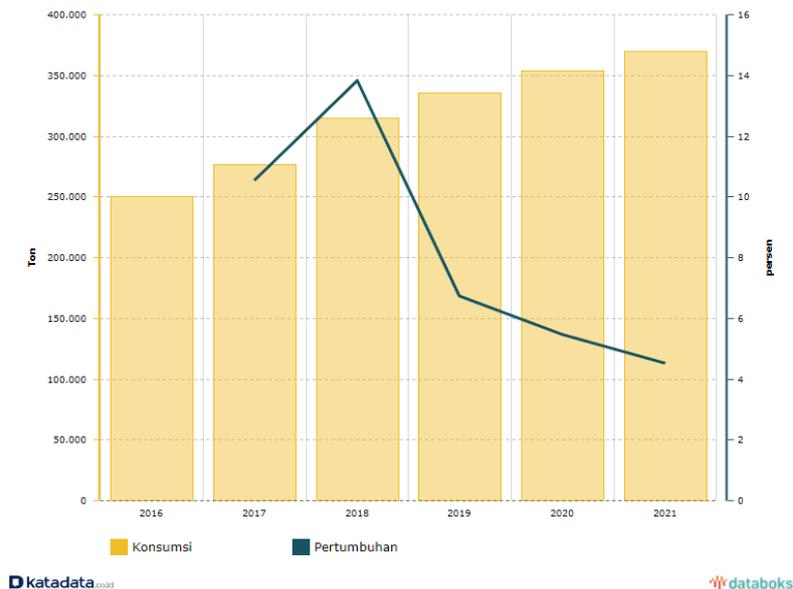


Pure artinya “bebas dari apa pun yang berbeda, lebih rendah, atau mencemari; bebas dari materi asing” PURE Coffee adalah bisnis kafe yang bergerak di bidang F&B. Produk utama PURE Coffee adalah kopi, kami khusus minuman berkualitas dengan biji kopi yang premium dan berkelas.

Ide pembuatan bisnis PURE Coffee terinspirasi dari tren minuman kopi yang sedang terus menerus meningkat, serta luasnya kegunaan atau manfaat dari tanaman kopi, baik yang sudah banyak dimanfaatkan seperti minuman kopi, maupun yang belum terlalu dimanfaatkan seperti produk olahan dari ampas kopi. Selain itu, alasan mengapa PURE Coffee dibuka di daerah Kelapa Gading adalah karena jumlah penduduk di kawasan DKI Jakarta diperkirakan akan menyentuh angka hingga 10 juta jiwa pada tahun 2021, yang berarti pasar dari PURE Coffee dapat dikatakan cukup besar dan berpotensi.

Grafik 1.1

Konsumsi kopi di Indonesia (2016-2021)



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>

Hak cipta milik Kwik Kian Gie (Institusinya) dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Hak Cipta dilindungi Undang-undang.  
 a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PURE Coffee merupakan sebuah kafe yang menjual berbagai minuman olahan biji kopi dengan teknik atau cara menyeduh kopi secara manual (*Manual Brew*). Selain itu PURE Coffee juga menyediakan berbagai macam makanan cemilan yang bernama *Lite Bites* sebagai makanan untuk menemani minuman kopi saat itu juga maupun untuk *delivery/takeaway*. PURE Coffee menempatkan diri sebagai tempat yang cocok bagi pelajar, mahasiswa, para pekerja kantoran untuk *take-away/delivery* kopi yang berkualitas, harga bersaing, dan memakai *packaging/branding* yang berkualitas.

PURE Coffee menyediakan kopi dari biji kopi lokal berkualitas dengan harga yang bersahabat dengan dompet mahasiswa, dimana PURE Coffee juga menjual makanan seperti cemilan. Selain itu outlet atau toko dari PURE Coffee direnovasi atau dibuat sedemikian rupa agar para pengunjung merasa nyaman saat berkunjung ke PURE Coffee, untuk *take-away*. *Delivery* kopi dan *Lite Bites*. PURE Coffee memiliki outlet kecil, tetapi dapat menghasilkan kopi dan makanan dalam jumlah besar dalam beberapa menit, yang menjadikan PURE Coffee ideal untuk gaya hidup profesional dan mahasiswa yang sibuk.



## B. Gambaran Usaha



PURE Coffee merupakan sebuah kafe yang menjual minuman kopi dan makanan berupa *Lite Bites*, dimana PURE Coffee mengedepankan rasa atau *mouth-feel* dari kopi PURE Coffee, dengan biji kopi berkualitas dan mesin/alat yang canggih. Karena di jaman sekarang, banyak yang lebih memilih untuk *takeaway/delivery* makanan & minuman mereka. Salah satu kelebihan PURE Coffee yang akan dibahas adalah seleksi atau pilihan lokasi yang strategis agar bisa memfasilitasi konsumen yang ingin pesan dan bisa dibuat dalam beberapa menit. Tujuan PURE Coffee adalah untuk bisnis jangka panjang yang dapat memiliki *Franchise* di setiap provinsi di Indonesia, dan sebisa mungkin kita ingin “*Go-International*”. Bidang usaha PURE Coffee adalah di F&B khususnya di *Beverage* industry, kita ingin mendorong rasa-rasa kopi yang premium dan berkualitas kepada pelanggan.

### 1. Bidang Usaha

PURE Coffee merupakan sebuah usaha dengan bidang usaha kafe dan restoran yang menjual berbagai minuman kopi *manual brew* dan makanan *Lite Bites*, dimana makanan atau minuman yang disediakan bisa dinikmati secara *takeaway/delivery*.

### 2. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

#### a. Visi Perusahaan

Sebuah bisnis didirikan harus dengan tujuan dan apa yang ingin kita capai.

Menurut David dan David (2016:9) pernyataan visi harus menjawab pertanyaan dasar, yaitu "Kita akan menjadi seperti apa?"

Visi dari PURE Coffee:

"Menjadi kafe penjual kopi yang dikenal luas di Indonesia"



## b. Misi Perusahaan

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Misi menurut David dan David (2016:9) adalah, "Sebuah pernyataan maksud yang membedakan satu organisasi dari organisasi-organisasi lain yang serupa, pernyataan misi (*Mission statement*) adalah sebuah deklarasi tentang alasan keberadaan suatu organisasi. Pernyataan misi menjawab pertanyaan paling penting, "Apakah bisnis kita?" Pernyataan misi yang jelas sangat penting untuk menetapkan tujuan dan merumuskan strategi."

Misi dari PURE Coffee:

- (1) Menyediakan produk minuman kopi dengan kualitas dan cita rasa yang baik dan terjaga.
- (2) Selalu memberikan pelayanan atau *service* yang terbaik kepada konsumen.
- (3) Selalu menjaga kebersihan dan kenyamanan dari outlet.
- (4) Menjunjung tinggi kejujuran dan etika dalam bekerja.

## c. Tujuan Perusahaan

Tujuan dari PURE Coffee:

- (1) Menjadi kafe penjual kopi pilihan konsumen.
- (2) Menjual makanan dan minuman olahan kopi yang diingat oleh konsumen karena kualitas dan pelayanan yang baik.
- (3) Membentuk tim kerja (*working team*) yang solid agar tercipta atmosfer kerja yang baik dan nyaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### C. Besarnya Peluang Bisnis

Pengertian pasar menurut Frank (2019:58), adalah pasar untuk barang apapun terdiri dari semua pembeli dan penjual dari barang tersebut. Dimana yang dimaksud dengan pembeli adalah orang-orang yang membeli atau mungkin akan membeli produk tersebut.

Indonesia sebagai negara dengan penduduk terbanyak keempat, yaitu dengan jumlah penduduk berjumlah sekitar 266 juta penduduk pada tahun 2018 tentunya memiliki prospek pasar yang luas bagi banyak usaha atau bisnis. Jakarta terlebih lagi sebagai ibu kota Indonesia memiliki jumlah penduduk yang tidak sedikit, yaitu diperkirakan menyentuh angka 10 juta jiwa pada tahun 2020. Dengan banyaknya jumlah penduduk di DKI Jakarta, hal ini sangat mendukung potensi dan peluang dari bisnis PURE Coffee.

Lokasi adalah salah satu faktor terpenting dalam menyusun usaha, menurut pakar lokasi dan perencanaan lokasi Phyllis Schlafly, "*Location is the key to most businesses, and the entrepreneurs typically build their reputation at a particular spot.*" PURE Coffee ingin membuka lokasi pertama di Mall yang berada di daerah Kelapa Gading. Dengan berada di dalam Mall, PURE Coffee bisa terus memikirkan ide-ide baru dan fokus kepada operasional, dan mall akan mengurus dari sisi pemasaran, kebersihan dan keamanan. Jadi ada banyak poin yang harus dipahami agar bisa memilih lokasi yang tepat. Di dalam mall kita akan mengambil lokasi kecil yang berbasis seperti *booth*, tetapi akan memakai desain *booth* dari PURE Coffee, dengan tempat sekitar 12-15 m<sup>2</sup> dengan harga yang wajar, salah satu poin minus dari ambil lokasi di dalam mall, kami akan dikenakan biaya tetap yang baru yaitu pemeliharaan gedung, yang dibayarkan setiap bulan.

Menurut Riset terkait Lokasi di Kelapa Gading ada aspek penting karena dekat dengan gedung-gedung perkantoran, Pusat perbelanjaan dan sekolah, menurut Madeleine Lyman, "Atribut terpenting menurut analisis konjoin adalah lokasi. Maka saran penulis adalah

membuka kafe di dekat sekolah atau kampus, dengan harga terjangkau (sesuai hasil analisis konjoin). Jika di *mall*, usahakan kafe berada di *lobby* yang banyak kafe lain, agar pengunjung *mall* lebih mudah menemukan kafe anda berada.”

Kelapa Gading bisa disimpulkan sebagai daerah *lifestyle* dan kenikmatan untuk DKI Jakarta dengan pendapatan pribadi yang tinggi, data dari situs web restoran dan *lifestyle* *Zomato*, data di bulan Oktober 2020 ada sekitar 1271 Restoran di Kelapa Gading, yaitu konsentrasi pusat kafe dan restoran terbesar di DKI Jakarta, yang bisa menjadi unggulan kami berdasarkan lokasi, atau bisa jadi kelemahan kami karena adanya banyak pesaing yang dekat lokasi kami.

#### D. Kebutuhan Dana

Untuk Kebutuhan dana yang diperlukan penulis memperkirakan bahwa kebutuhan dana untuk membangun usaha PURE Coffee ini memerlukan sekitar Rp 151.346.000. Modal ini diperoleh dari dana pribadi penulis.

Biaya Sewa di Mal ditentukan oleh PT. Summarecon Kelapa Gading, sudah termasuk pengurus surat domisili dan perjanjian minimum adalah 3 tahun, dibayar setiap tahun sebesar Rp 60.000.000. Biaya pembuatan *Booth Kopi Indoor* melalui kontraktor sebesar Rp 10.000.000 dibayar secara lump sum. Biaya peralatan yang akan dibeli dari *vendor* yang beda-beda dibayar secara lump sum sebesar Rp 47.129.000. Biaya perlengkapan yang berisi *cup* and branding logo PURE Coffee akan dibeli sebesar Rp 7.280.000. Biaya Bahan Baku sebesar Rp 6.937.000 untuk hanya untuk bulan pertama. Ada Kas awal sebesar Rp 20.000.000 yang akan digunakan untuk membayar gaji karyawan bulan pertama serta keperluan kas kecil dan lain-lain.



**Tabel 1.1**

**Kebutuhan Dana PURE Coffee**

<b>Keterangan</b>	<b>Rp</b>
Biaya Sewa di mall	60.000.000
Biaya pembuatan Booth	10.000.000
Biaya Peralatan	47.129.000
Biaya Perlengkapan	7.280.000
Biaya Bahan Baku	6.937.000
Kas Awal	20.000.000
<b>Total Dana</b>	<b>151.346.000</b>

Sumber: PURE Coffee

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.