

BAB I

PENDAHULUAN

A. Ide Bisnis

Kedai kopi sudah berkembang di Indonesia dari beberapa tahun belakangan. Namun, kedai kopi baru benar-benar menjadi tren di kalangan anak muda baru beberapa tahun belakangan. Kedai kopi menjadi sebuah identitas diri anak muda, apakah tempat tersebut *hits* atau tidak tergantung dari kawasan kedai kopi tersebut. Kemunculan tren *coffee shop* ini membentuk komunitas pecinta kopi dari penjuru daerah di Indonesia. Sebut saja salah satu komunitas kopi di Jakarta, KOKOPI (www.kokopi.id). Koperasi Komunitas Kopi ini berdiri karena disatukan oleh orang-orang pencinta kopi di 11 provinsi di Indonesia. Dari sana, kita dapat belajar semua tentang kopi. Terbentuknya biji kopi, berbagai cara penyeduhan, dan kedai kopi yang bekerjasama. Selain KOKOPI, ada juga Asosiasi Kopi Spesial Indonesia (AKSI) atau yang lebih dikenal dengan *Specialty Coffee Association of Indonesia* (SCAI), berada di bawah Kementerian Pertanian, adalah komunitas kopi terdiri dari individu, kelompok petani kopi Indonesia, eksportir, *roaster*, lembaga, komunitas kopi, dan pengecer yang berhubungan dengan kopi spesial (sebelumnya hanya ada Arabika, namun sekarang Robusta terbaik juga tersedia).

Gambar 1.1

Lambang SCAI



Sumber : <https://scai.or.id/about/>

Semakin berkembangnya kedai kopi di penjuru Indonesia, penulis juga mmemikirkan keinginan konsumen dalam memenuhi keinginan konsumen. Ada konsumen yang mendatangi kedai kopi untuk sekedar menghabiskan waktu, ada pula yang mengunjungi kedai kopi untuk bertemu bersama rekanan bisnis, atau ada pula yang sekedar ingin menikmati kopi.

Peluang inilah yang diambil oleh penulis untuk membuka usaha kedai kopi “BrewTea” dengan konsep yang dapat dinikmati semua kalangan usia. Berlokasi di daerah Yogyakarta, bernuansa budaya Jawa yang kental, menyajikan minuman dengan suasana yang tidak bisa dilewatkan oleh konsumen yang mengunjunginya. “BrewTea” tidak hanya menyajikan minuman berbahan dasar kopi, namun juga mengenalkan produk-produk lokal Indonesia yang langsung di ambil dari petani dan *roaster* lokal. “BrewTea” melihat peluang tersebut dan tercetus untuk membentuk suatu usaha bisnis kedai kopi. Dengan bertumbuhnya antusias masyarakat terhadap kopi di Indonesia dan tingginya pasar kedai kopi di Yogyakarta, bukan tidak mungkin bahwa saingan “BrewTea” di pasar juga tinggi. Maka dari itu, “BrewTea” ingin menghadirkan sesuatu yang berbeda dengan kedai kopi lainnya dengan menghadirkan cita rasa dari kopi-kopi Nusantara.

B. Gambaran Usaha

1. Visi

Visi perusahaan kami adalah menjadi kedai kopi yang mengutamakan cita rasa Indonesia untuk meningkatkan nilai produk dalam negeri lebih tinggi dan memiliki daya saing pasar tinggi.

2. Misi

Sedangkan misi perusahaan kami adalah sebagai berikut.

- a. Memberikan pelayanan berorientasi pada kepuasan pelanggan
- b. Memberikan biji kopi terbaik dari petani langsung
- c. Menciptakan suasana belajar dan *open bar* untuk membagikan ilmu tentang kopi
- d. Menyajikan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau

3. Tujuan Pelaku Usaha

Dalam perjalanannya, “BrewTea” hadir untuk mengisi keinginan konsumen yang menginginkan minuman kopi dengan racikan terbaik ditambah dengan nuansa yang suasana yang *instagramable* untuk di kalangan anak muda. Tidak hanya memenuhi keinginan anak muda untuk *instagramable*, namun “BrewTea” juga menghadirkan suasana yang mampu dinikmati para karyawan kantoran yang ingin melakukan rapat atau berdiskusi dengan rekanan bisnisnya. Tujuan “BrewTea” yaitu sebagai berikut.

- a. Untuk mendapatkan profit dari usaha “BrewTea”.
- b. Membuka lapangan pekerjaan baru. Munculnya “BrewTea” akan menarik para warga lokal untuk memiliki pekerjaan. Baik bagi yang berpengalaman atau yang belum berpengalaman, akan diajarkan kembali bagaimana melakukan proses kerja di kedai kopi “BrewTea”.

- c. Menerapkan pembelajaran bisnis, terutama di bidang kuliner.
- d. Menjaga hubungan jangka pendek dan jangka panjang terhadap konsumen.
- e. Menghadirkan cita rasa nusantara yang lebih dominan untuk mengenalkan kopi-kopi Indonesia.
- f. Menjaga kualitas produk “BrewTea” hingga dapat dirasakan oleh konsumen.

C. Besarnya Peluang Bisnis

Dengan tingginya tingkat konsumsi kopi di masyarakat, bukan tidak mungkin untuk membuka kedai kopi di tengah pasar yang semakin merajalela. Bahkan diketahui, pada tahun 2017, kedai kopi yang berada di Jogjakarta saja sudah mencapai 1.200 unit kedai kopi.

(sumber: <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2018/03/03/510/899467/penasaran-berapa-jumlah-kedai-kopi-di-jogja>).

Pemilihan bisnis di daerah Jogjakarta karena melihat antusias masyarakat lokal terhadap minuman kopi dan teh. Pertumbuhan penduduk di daerah Jogjakarta juga dapat menjadi salah satu alasan pemilihan tempat. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bagaimana pertumbuhan penduduk di wilayah Jogjakarta

Gambar 1.3

Jumlah penduduk menurut Kabupaten/Kota di D.I. Yogyakarta (jiwa)

Kabupaten/Kota	Jumlah Penduduk menurut Kabupaten/Kota di D.I. Yogyakarta (Jiwa)					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
D.I. Yogyakarta	3 509 997	3 552 462	3 594 854	3 637 116	3 679 176	3 720 912
Kulonprogo	394 200	398 672	403 179	407 709	412 198	416 683
Bantul	922 104	934 674	947 072	959 445	972 511	983 527
Gunungkidul	685 003	692 579	700 191	707 794	715 282	722 479

Sleman	1 116 184	1 128 943	1 141 733	1 154 501	1 167 481	1 180 479
Yogyakarta	392 506	397 594	402 679	407 667	412 704	417 744

Sumber: <https://yogyakarta.bps.go.id/dynamictable/2017/08/02/32/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-d-i-yogyakarta-jiwa-.html>

Pada **Gambar 1.3** dapat dilihat bahwa penduduk di daerah Yogyakarta selalu mengalami peningkatan. Daerah Yogyakarta bisa menjadi prospek untuk menjalankan usaha kedai kopi “BrewTea” ini.

D. Kebutuhan Dana

Kebutuhan dana awal untuk “BrewTea” masih tergolong relatif, karena mengikuti harga peralatan yang naik turun dan besar kecilnya suatu bisnis. “BrewTea” menggunakan kualitas produk dan mesin yang telah teruji bagus untuk digunakan. Kebutuhan dana ini juga untuk memperkirakan jumlah dana yang akan keluar untuk operasional selama kurang lebih setahun. Kebutuhan tersebut seperti pembelian peralatan, perlengkapan, gaji, design lokasi, biaya bahan baku, dan biaya tidak terduga. Penulis memutuskan modal awal yang diperlukan untuk pendirian “BrewTea” berasal dari modal sendiri. Berikut adalah kebutuhan dana yang diperlukan “BrewTea” :

Tabel 1.1

Kebutuhan Dana “BrewTea” dalam 12 bulan perhitungan

No.	Kebutuhan	Prakiraan Dana yang dibutuhkan
1	Kas awal	Rp.4.000.000,00
2	Biaya pembelian peralatan	Rp.67.642.000,00
3	Biaya pembelian perlengkapan	Rp.22.792.200,00
4	Biaya bahan baku	Rp.4.962.000
5	Biaya kendaraan	Rp.45.000.000
6	Biaya Desain	Rp.20.000.000
7	Total perkiraan kebutuhan dana	Rp.164.396.200