

BAB I

PENDAHULUAN

A. Ide Bisnis

Manusia adalah makhluk sosial yang mana sangat bergantung satu dengan lainnya. Dari masalah besar maupun masalah kecil seperti berbincang, manusia sangat membutuhkan satu sama lain. Berbincang merupakan suatu hal yang menyenangkan bagi sebagian besar orang, melihat hal ini penulis berkeinginan untuk membuat suatu bisnis yang akan menjadi sebuah wadah bagi manusia untuk saling bercengkerama dan berbincang satu sama lain, ditambah dengan meningkatnya bisnis *coffee shop* membuat penulis tertarik untuk menjadikan bisnis *coffee shop* ini sebagai wadah bagi manusia – manusia untuk berkumpul dan berbincang bersama. Seiring berjalannya waktu budaya minum kopi berkembang menjadi sebuah *lifestyle* atau gaya hidup masyarakat perkotaan menjadikan peluang untuk membuka *coffee shop* cukup besar ditambah dengan target pasarnya luas mulai dari kalangan muda maupun tua, baik pria maupun wanita, pekerja maupun pelajar dapat menikmati kopi. Hal ini dibuktikan dengan data yang diperoleh penulis mengenai tingkat konsumsi kopi Indonesia tingkat dunia dan grafik besarnya konsumsi kopi di Indonesia.

Hak Cipta dilindungi Undang-undang



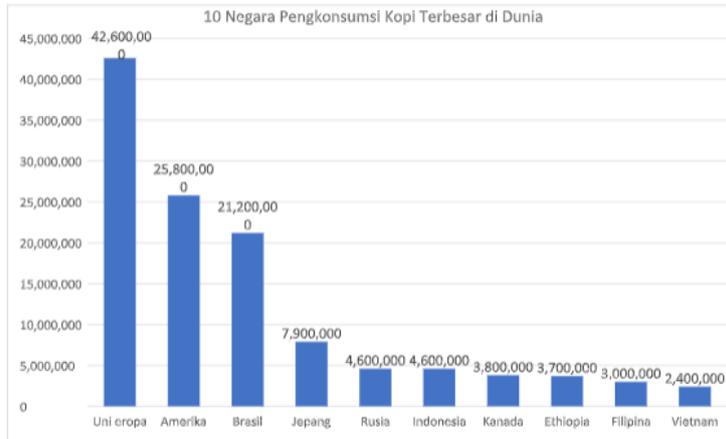
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



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.

Gambar 1. 1

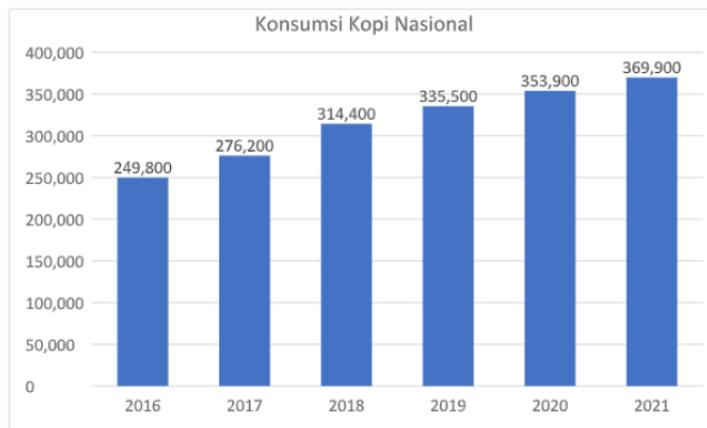
Negara Pengkonsumsi Kopi Terbesar di Dunia



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/12/12/indonesia-masuk-daftar-negara-konsumsi-kopi-terbesar-dunia>

Gambar 1. 2

Konsumsi Kopi di Indonesia



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

Dengan berbekal data yang diperoleh penulis diatas tentu meyakinkan penulis untuk dengan segera membuka bisnis *coffee shop* ini, *Seeds Double Tree Coffee* (SDTC) adalah *coffee shop* yang ingin dibangun oleh penulis, terinspirasi dari salah satu ayat di Alkitab yaitu Matius 6 ayat 33 yang berbunyi “Tetapi carilah dahulu Kerajaan Allah dan kebenarannya, maka semuanya itu akan ditambahkan kepadamu.” Dengan berpegang

Gambar 1. 3

Ragam Cangkir untuk Pelanggan



Sumber : SDTC

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

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

B. Gambaran Usaha

SDTC adalah sebuah *coffee shop* yang menyajikan kopi dengan konsep *Coffee Experience* yang mana konsep ini memungkinkan para pelanggan untuk ikut langsung dalam pembuatan kopi yang dibelinya yang mana kopi ini juga dibuat berdasarkan selera dari pelanggan tersebut, hal ini sangat mungkin dilakukan dengan sedikit edukasi yang dilakukan oleh para barista kepada pelanggan seperti menanyakan jenis kopi yang memiliki *body*, *acidity* atau *fruity* yang menjadi selera dari pelanggan tersebut, dengan demikian para barista dengan mudah untuk memodifikasi rasa kopi yang akan dihasilkan dengan begitu pelanggan akan merasakan pengalaman yang berbeda dari *coffee shop* lainnya yang mana hal tersebut dinamakan *Coffee Experience*, ditambah dengan *campaign choose your own cup* membuat pelanggan dapat memilih cangkir yang mereka gunakan dengan tujuan membawa pengalaman *feels like home* bagi para pelanggan, dengan kedua konsep ini membuat SDTC memiliki daya tarik tersendiri dalam menarik



pelanggan. Tentunya untuk mencapai hal tersebut SDTC harus memiliki visi, misi dan tujuan dalam berbisnis, berikut adalah visi, misi dan tujuan dari SDTC :

1. Visi

Menurut Djamaludin Ancok, Ph.D, Prof. pengertian Visi itu sendiri adalah sebuah *statement* yang berisi arahan yang jelas mengenai apa yang akan dilakukan oleh suatu organisasi dimasa depan, yang mana berpedoman pada pengertian ini SDTC memiliki Visi sebagai berikut “Menjadi sebuah *coffee shop* yang tidak hanya menyajikan kopi yang nikmat tetapi mampu mempertahankan konsistensi rasa dari setiap cangkir kopi yang disajikan agar dapat menimbulkan *Coffee Experience* untuk setiap pelanggan yang datang”.

Sumber : https://www.maxmanroe.com/vid/organisasi/pengertian-visi-dan-misi.html#2_djamaludin_ancok

2. Misi

Demi tercapainya sebuah Visi pada perusahaan maupun organisasi, harus ada faktor pendukung lainnya yaitu Misi, menurut Edwin A. Locke Misi sendiri dapat diartikan sebagai tindakan yang strategis untuk mencapai Visi suatu organisasi, maka dari itu SDTC memiliki beberapa Misi sebagai berikut :

- a. Memiliki wawasan yang luas dalam dunia kopi terutama pada kopi yang akan disajikan
- b. Mengetahui betul identitas rasa dari setiap produk kopi yang disajikan
- c. Memberikan pelayanan yang terbaik terhadap seluruh pelanggan
- d. Melakukan edukasi terhadap pelanggan mengenai kopi yang sedang disajikan.

Sumber : https://sarjanaekonomi.co.id/pengertian-visi-dan-misi-menurut-para-ahli/#Pengertian_Misi_Menurut_Para_Ahli



3. Tujuan

Adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh SDTC dalam pembuatan ide bisnis ini yaitu sebagai berikut :

- Dapat mengembangkan usaha dan memperoleh laba
- Merealisasikan kreativitas yang dimiliki
- Melatih diri dalam berwirausaha dengan baik
- Menciptakan lapangan pekerja yang baru
- Memberikan pengetahuan dalam dunia kopi agar terciptanya nilai dari *Customer Experience*
- Menjadi *brand* kopi pertama yang dikenal luas memiliki *experience bar*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

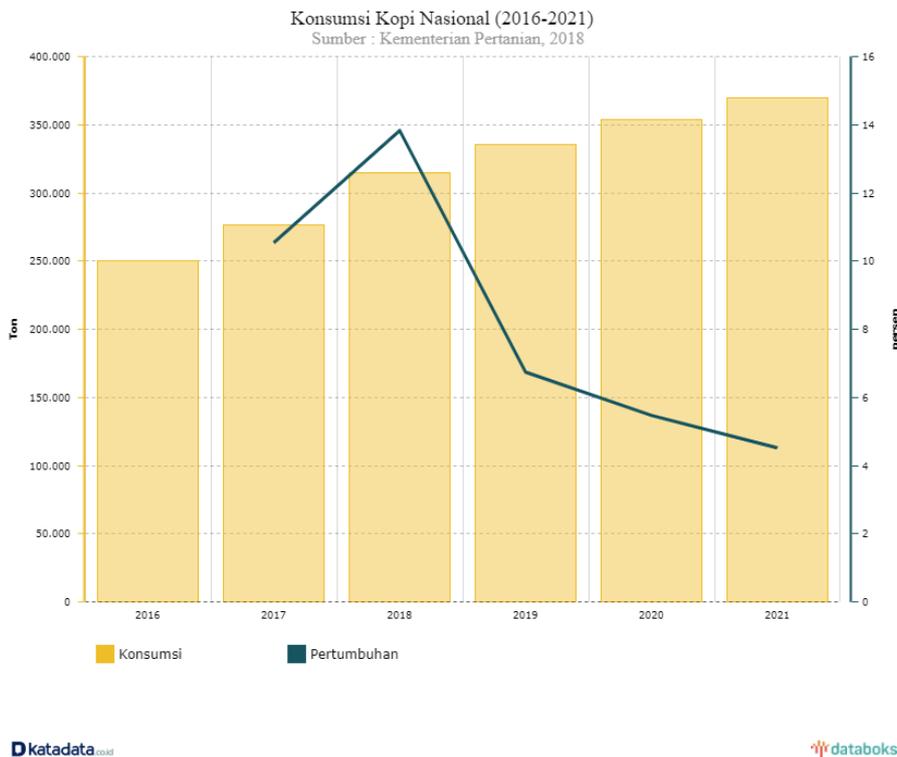


C. Besarnya Peluang Bisnis

Bisnis *Coffee Shop* pada masa ini merupakan sebuah bisnis yang menjanjikan, seiring dengan perkembangan zaman dan perubahan gaya hidup pada masyarakat menyebabkan kebiasaan minum kopi atau nongkrong menjadi sebuah *trend* bagi banyak kalangan terutama anak muda, hal ini dibuktikan dengan grafik konsumsi kopi Indonesia dibawah ini :

Gambar 1. 4

Grafik Konsumsi Kopi Nasional 2016 - 2020



Sumber : Kementerian Pertanian, 2018

Sebagaimana yang tertera pada grafik diatas diketahui berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton, diiringi dengan

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



konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016 – 2021 diprediksi tumbuh rata – rata 8,22%/tahun. Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370, sehingga terjadi *surplus* 425 ton (Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton#>).

Dengan adanya data tersebut sudah tidak diragukan lagi bahwa bisnis *Coffee Shop* pada tahun 2021 ini masih sangat diminati, terutama pada masa ini dimana terjadi pandemi Covid – 19 menjadikan segala sesuatu dilakukan secara *Online*, mulai dari sekolah, kuliah hingga bekerja dan tidak banyak dari masyarakat yang memilih untuk menghabiskan waktu belajar atau bekerja *online* diluar rumah, dan *coffee shop* adalah salah satu pilihan utama mereka untuk melakukan kegiatan belajar atau bekerja *Online*.

Tabel 1. 1

Data Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Usia dan Jenis Kelamin Tahun 2020

Kelompok Umur	Penduduk Laki-laki	Penduduk Perempuan	Jumlah
0-4	7.996.762	7.456.932	15.453.694
5-9	12.054.557	11.293.112	23.347.669
10-14	12.248.242	11.501.707	23.749.949
15-19	11.890.104	11.232.889	23.122.993
20-24	11.799.983	11.151.534	22.951.517
25-29	10.983.136	10.594.469	21.577.605
30-34	10.678.855	10.444.990	21.123.845
35-39	11.127.884	11.030.421	22.158.305
40-44	10.363.207	10.340.154	20.703.361
45-49	9.259.566	9.271.800	18.531.366
50-54	8.066.156	8.083.777	16.149.933
55-59	6.445.652	6.617.735	13.063.387
60-64	5.104.332	5.169.843	10.274.175
65-69	3.445.786	3.340.480	6.786.266
70-74	1.943.260	2.205.321	4.148.581
75+	2.221.406	2.805.338	5.026.744
Tidak Tahu	1.033.011	1.001.516	2.034.527
Jumlah	136.661.899	133.542.018	270.203.917

Sumber: <https://www.kompas.com/stori/read/2021/05/19/123946879/jumlah-penduduk-indonesia-2020-berdasarkan-komposisi-usia>

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.

Berdasarkan **Tabel 1.1** diatas dapat dihitung jumlah penduduk di Indonesia pada usia remaja hingga dewasa yaitu pada rentang usia 18 – 30 tahun terdapat lebih kurang 88.775.960 penduduk atau lebih kurang 32.85% dari seluruh penduduk di Indonesia yang mana merupakan target pasar dari *coffee shop*, sehingga dapat disimpulkan bahwa peluang dalam menjalankan bisnis *coffee shop* ini masih sangat tinggi dilihat dari 2 faktor diatas.

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Kebutuhan Dana

Sumber pendanaan usaha *coffee shop* berasal dari 2 sumber utama yaitu pendanaan pribadi dan hibah dari orang tua, penulis menghindari peminjaman modal usaha baik dari lembaga maupun bank hal ini dikarenakan penulis menghindari beban bunga dan tingkat pengembalian dana dengan waktu yang cukup lama, dari modal yang didapat ini penulis membutuhkan Rp 687.000.000 (enam ratus delapan puluh tujuh juta rupiah) pada tahun pertama bisnis ini dijalankan dengan rincian dana sebagai berikut

Tabel 1. 2

Rincian Alokasi Kebutuhan Dana SDTC (dalam rupiah)

No	Keterangan	Kebutuhan Dana
2	Biaya Sewa Ruko	90.000.000
3	Biaya Peralatan	100.000.000
3	Biaya Perlengkapan	85.000.000
4	Biaya Brand Guideline	36.000.000
5	Biaya Gaji Pegawai	332.000.000
6	Kas	44.000.000
	Total Kebutuhan Dana	687.000.000

Sumber : SDTC

Berdasarkan **Tabel 1.2** dapat diketahui bahwa SDTC merupakan usaha mikro menengah karena memiliki kekayaan diatas Rp 500.000.000 namun tidak lebih dari Rp 10.000.000.000 yaitu diangka Rp 687.000.000.

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.