**BAB I  
PENDAHULUAN**

1. **Ide Bisnis atau Rumusan Konsep**

Aktivitas masyarakat saat ini begitu padat, khususnya kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta. Mengingat padatnya aktifitas setiap orang, maka diselingi dengan waktu untuk rehat/ istirahat disela-sela kesibukan apapun jenis pekerjaannya, yakni akan menyasar pada FnB (*Food and Beverages*), salah satunya ialah kedai kopi. Pertumbuhan ekonomi yang sangat baik, tingkat kepadatan penduduk yang besar, menyasar pada prospek-prospek bisnis yang terbuka besar untuk dapat bersaing dan menghasilkan keuntungan, khususnya kedai kopi. Rata-rata jangkauan kedai kopi yang terdapat dalam satu area berjarak satu kilometer dapat dilihat ada kurang lebih dua hingga empat kedai kopi, baik berskala kecil sebatas gerobak, maupun berskala ruko dan serta brand-brand dari luar negeri juga turut meramaikan persaingan bisnis kedai kopi.

**Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Indonesia**



Sumber : [www.databoks.co.id](http://www.databoks.co.id), 2017

Hal ini membuktikan bahwa kiprah dalam bisnis kedai kopi sangat menggiurkan terutama demi memenuhi permintaan terhadap kesediaan tempat kopi yang nyaman, berkapasitas yang mumpuni. Demikian dapat dilihat kuantitas kedai kopi yang banyak, masyarakat cenderung ingin melakukan berbagai keperluan pribadi/kelompok memilih untuk pergi ke kedai kopi, semua kalangan juga ikut menyasar tempat ini, selain itu juga dapat dilihat bahwa ketertarikan ini mengakibatkan pandangan terhadap kedai kopi dimaknai sebagai tempat yang sama seperti rumah sendiri atau rumah kedua bagi masyarakat, sebagai sebuah tempat yang nyaman untuk rehat sejenak, bercakap-cakap, dan melakukan hal-hal terkait pekerjaan seperti halnya yang dapat dilakukan di rumah sendiri.

Peluang bisnis yang potensial ini, dapat menelan biaya investasi yang cukup besar. Hal ini dapat dilihat dari diperlukannya minimal sebuah ruko ataupun tempat serupa yang dapat diatur dan layak untuk mendirikan usaha kedai kopi. Biaya bangunan yang meningkat dari tahun ke tahun, target pasar untuk kalangan lima tahun ke atas, seakan-akan bahwa sebuah kedai kopi yang bila dikombinasikan dengan nuasa kopitiam, tentunya akan semakin beragam dan akan memberikan sensasi ngopi yang *one-stop-coffee*.

“Quadro Coffee” merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Sasaran utama adalah penghuni perumahan citra 6 di daerah Jakarta Barat. Keunggulan dalam kawasan citra 6 yakni penghuni di berbagai perumahan, banyak tempat yang masih kosong dan merupakan area untuk berkumpul, dengan tingkat lalu lintas pengunjung yang tinggi. Dengan menyasar target pasar jaman sekarang yang suka untuk berfoto, swafoto, mencari lokasi yang unik dan dekoratif, maka kombinasi antara nuansa suasana dan makanan yang beragam dan berkualitas merupakan kunci utama dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor FnB lainnya.

1. **Gambaran Usaha**
2. Bidang Usaha dan Tujuan Usaha

Quadro Coffee” adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman serta penyedia wadah bisnis berskala mikro. Variasi menu yang dikombinasikan dengan produk mitra usaha dapat bertransformasi menjadi *one-stop-coffee*. Selain itu Tempat yang nyaman, asri, luas dan tentunya terdapat banyak titik foto yang menarik, akan menjadikan daya tarik tersendiri, karena lingkungan sekitar yang terdiri dari berbagai macam perumahan serta sekolah. Tagline dari “Quadro Coffee” adalah *Feeling Good For Coffee Today* yang memiliki arti sangat baik untuk ngopi hari ini. Hal ini merupakan bentuk seruan untuk membangkitkan keinginan untuk ngopi sehingga mood dapat menjadi bagus, dikala mengerjakan tugas, menunggu orang, dan sebagainya.

Ide Pembuatan bisnis ini adalah **pertama**, pertumbuhan masyarakat yang semakin meningkat kepadatannya, tempat yang memang menjadi kegiatan lalulintas bekerja, sekolah, dan sering dipadati pengendara. **Kedua**, usaha kedai kopi dari skala sekecil apapun, pasti diminati untuk rehat sejenak, mengistirahatkan diri, ngobrol, khususnya di Jakarta. **Ketiga**, penikmat/ antusiasme terhadap kopi mulai tumbuh di kalangan anak muda dan orang orang dewasa zaman sekarang ini, sehingga kopi bisa dikatakannn hal yang wajib ada untuk menunjang kegiatan sehari-hari. **Keempat,** merupakan asset yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia, kopi sesungguhnya tumbuh dengan sangat baik, dan menghasilkan rasa yang sangat unik, kopi terbaik seringkali berasal dari Indonesia. Dari 4 hal tersebut, pemilik melihat adanya peluang pasar karena zaman sekarang aktivitas yang tidak lepas dari ngopi, ngobrol dan bahkan perluasan usaha juga dilangsungan di kedai kopi, membangun koneksi baru juga demikian, dengan dibantu disediakannya wadah untuk bermitra usaha bagi siapapun startup yang berminat memasarkan produknya. Lokasi yang berada di area perumahan, sekolah, dan lalulintas kerja yang padat ini begitu strategis, sehingga dapat menjadi poin plus dalam usaha ini.

Usaha kedai kopi juga berjalan sangat baik, dapat dibuktikan dengan adanya usaha serupa yang telah berdiri lama dan dapat bertahan dengan baik, yakni, Kong Djie Coffee, dan Tatonga Coffee.

**Tabel 1.1**

**Data pesaing “Quadro Coffee” di Ruko Citra 6**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Nama Kedai Kopi | Kong Djie Coffee | | Tatonga Coffee | |
| Tahun | Harga Makanan | Harga Minuman | Harga Makanan | Harga Minuman |
| 2016 | Rp 5.000 – 30.000 | Rp 5.000 – 16.000 | Rp 12.000 – 40.000 | Rp 18.000 – 40.000 |
| 2017 | Rp 6.00 – 32.000 | Rp 5.000 – 17.000 | Rp 15.000 – 42.000 | Rp 18.000 – 45.000 |
| 2018 | RP 7.000 – 35.000 | Rp 6.000 – 18.000 | Rp 18.000 – 45.000 | Rp 20.000 – 45.000 |

Sumber : “Quadro Coffee”

Setelah melihat kondisi yang ada, agar “Quadro Coffee” dapat bersaing dengan ketiga kedai kopi, harus mengutamakan layanan dan produk yang unggul atau unik. Hal ini ditunjang dengan kebutuhan peralatan dan mesin yang memenuhi standar penyajian, serta kualitas SDM yang teruji dan terlatih.

Pertimbangan-pertimbangan lain “Quadro Coffee” memilih lokasi di Ruko Citra 6 adalah:

1. Kompleks perumahan yang dibangun oleh Ciputra Group dengan asri, dan tertata dengan baik dan bersih lingkungan
2. Area jajanan kafe, sentral bisnis jasa dan berbagai macam usaha, sehingga mudah untuk dikenali bilamana terdapat sebuah usaha baru yang dibangun
3. Daya beli masyarakat sekitar yang baik
4. Lokasi yang dilalui oleh kepadatan lalu lintas, dan lokasi parkir yg luas dan bisa di sepanjang kanan kiri jalan menuju kawasan kuliner

“Quadro Coffee” merupakan sebuah konsep yang memadukan tempat untuk merehatkan diri, merasa nyaman untuk melakukan aktivitas, dan sebagai wadah usaha bagi pribadi-pribadi yang ingin bermitra usaha, karena disediakan ruang untuk dapat memajang produk atau melakukan kegiata usaha yang berukuran mikro dengan ketentuan yang disepakati antar pihak. Konsep ini telah sangat mewabah di Indonesia khususnya daerah perkotaan besar, selain sebagai titik berkumpul antar individu/grup, ada berbagai macam permainan yang disuguhkan untuk menambah pengalaman tidak hanya sekedar untuk tempat ngopi, dengan ruang yang dibagi kedalam tiga bagian, non-smoking, smoking, dan area Indoor-Outdoor *two in one*. Guna menetapkan tujuan agar berjalan dengan bagaimana mestinya, tujuan jangka pendek, menengah, panjang adalah sebagai berikut:

1. Tujuan jangka pendek, yaitu mendapatkan konsumen lingkungan citra 6 dan sekitarnya.
2. Tujuan jangka menegah, yaitu membuka menerapkan promosi dan memperkenalkan produk orisinil hasil produksi pribadi “Quadro Coffee.
3. Tujuan jangka panjang, yaitu mempererat jalinan komunikasi dengan setiap pelanggan, serta melakukan ekspansi usaha di luar wilayah Jakarta Barat, jika mendapat ulasan yang baik dari masyarkat.
4. **Visi dan Misi Usaha**
5. Visi

Setiap organisasi yang dijalankan pasti memiliki visi sebagai acuan dan tujuan untuk diraih. Visi merupakan pernyataan singkat dan jelas yang merupakan tujuan akhir organisasi atau merupakan gambaran masa depan organisasi.Menurut David dan David (2016:9) pernyataan visi harus menjawab pertanyaan dasar, yaitu “Kita akan menjadi seperti apa?”.

Visi dari “Quadro Coffee” yaitu

“One-Stop-Coffenery and Eatery, Like Your Home, dalam bahasa indonesia berarti kedai kopi dan makan satu untuk semua, layaknya dirumah anda”.

1. Misi

Misi menurut David dan David (2016:9) adalah :

“sebuah pertanyaan 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 “Quadro Coffee” yaitu :

“Memberikan kualitas jasa pelayanan ala milennial, dengan nilai budaya kehangatan dan saling hormat, dengan mempertahankan kualitas produk yang terbaik bagi pelanggan”.

1. **Besarnya Peluang Bisnis**

Besarnya peluang bisnis ini berdasarkan gaya hidup masyarakat yang senang untuk berkumpul, ngobrol serta mencari tempat kekinian dengan nuansa yang nyaman serta sebagai tempat untuk berfoto. Tempat-tempat yang dituju untuk *hang out* adalah tempat yang nyaman dan untuk saat ini adalah kedai kopi. Hal tersebut membuat penulis yakin bahwa “Quadro Coffee” dapat memiliki pertumbuhan yang berkesinambungan.

Saat ini dapat dilihat di Ibu Kota Jakarta terdapat banyak *board game cafe* seperti *Playroom* yang ada di Pantai Indah Kapuk, *The Bunker* yang ada di Serpong. Dengan adanya pesaing-pesaing tersebut yang sudah bertahan sangat lama dari awal pendirian hingga saat ini masih bertahan membuat penulis yakin bahwa bisnis di bidang ini akan sukses kedepannya.

Saat ini terdapat banyak lokasi usaha yang hanya menyediakan tempat usaha, namun usaha yang berdiri di lokasi usaha bukan pemilik dari yang punya bangunan, namun berasal dari mitra usaha yang telah sepakat bekerjasama dan mendirikan usaha perorangan yang berbeda atau grup di satu lokasi usaha. Selain itu dengan menyediakan layanan *free wifi* yang membuat setiap individu yang datang menikmati permainan dengan *gadget*-nya masing - masing saja, namun layanan ini lebih diperuntukkan untuk penjual yang ingin menjalankan penjualannya secara online, maka dapat mengakses layanan tersebut.

Daya tarik “Quadro Coffee” menawarkan kombinasi antara tempat untuk kumpul, tempat membeli kopi, serta tempat untuk bermain dan bermitra, sehingga lini produk yang disediakan lebih beragam dan dapat menghindari pelanggan untuk terlalu fokus dengan *smartphone*-nya dan menikmati waktu bersama yang lebih berkualitas. Selain itu, bagi pelanggan yang datang sendiri dapat menikmati dereta buku dan bacaan berupa Novel, Cerita Inspirasi, Koran, Majalah dapat diakses di ambalan yang tersedia. Tempat dibuat sedemikian rupa sehingga mempunyai 3 ruang, yakni ruang *Outdorr-Smoking*, *Indoor-AC*, *Indoor Bar* yang mana salah dua ruang dapat berfungsi sebagai *two-in-one* space dimana *Smoking* dan *Indoor* AC dapat diubah menjadi satu kesatuan tempat *indoor*.

1. **Kebutuhan Dana**

Dana yang diperlukan untuk menjalankan “Quadro Coffee” Sepenuhnya berasal dari modal sendiri yang akan digunakan untuk beberapa keperluan, yaitu :

**Tabel 1.2**

**Rincian Modal “Quadro Coffee”**

|  |  |
| --- | --- |
| **Keterangan** | **Harga (Rp)** |
| Kas awal | 10.000.000 |
| Biaya Bahan Baku 2020 | 193.494.500 |
| Biaya perlengkapan | 14.260.200 |
| Biaya peralatan | 273.552.000 |
| Biaya sewa | 125.000.000 |
| Biaya renovasi | 30.185.000 |
| Kendaraan Bekas | 50.000.000 |
| **Total** | **Rp 696.491.700** |

Sumber : diolah oleh “Quadro Coffee”

Dilihat pada tabel dapat disimpulkan bahwa modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha “Quadro Coffee” adalah sebesar **Rp 696.491.700** yang termasuk sebagai usaha dengan skala menengah. “Quadro Coffee” akan dimulai dengan modal yang kecil namun dengan harapan agar “Quadro Coffee” mampu menjadi usaha yang besar kedepannya.