

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Ide Bisnis

Manusia sebagai makhluk sosial yang berarti makhluk yang selalu melakukan interaksi dengan manusia lainnya. Pada saat ini interaksi yang umumnya dilakukan adalah dengan berkumpul atau dikenal dengan istilah “nongkrong” di kalangan kaum muda. Kegiatan ini berkembang seiring berjalannya waktu dan teknologi yang memudahkan untuk mencari tempat-tempat tertentu yang akan dituju. Berkembangnya kegiatan nongkrong di kalangan anak muda ini juga membuat berkembangnya sektor usaha kuliner terutama kedai atau kafe yang menyediakan makanan atau minuman sebagai menu utamanya. Kegiatan nongkrong sekarang bukan hanya sekedar untuk berkumpul, makan dan minum, melainkan bisa untuk bekerja, membuat tugas, bahkan sebagai tempat rapat bagi komunitas-komunitas. Umumnya makanan atau minuman yang disajikan umumnya terbuat dari kopi atau cokelat sebagai bahan bakunya.

Di era sekarang, kopi merupakan minuman yang sedang tren. Kopi pertama kali dikonsumsi di Indonesia pada tahun 1696. Belanda awalnya membawa kopi jenis arabika dari Malabar, India, ke pulau Jawa pada tahun itu. Lalu sejak saat itu kopi mulai dibudidayakan oleh kompeni belanda di Kedawung, sebuah daerah di dekat Batavia. Sebelum menjadi minuman, kopi harus melewati proses panjang agar bisa dinikmati. Minuman kopi ini memiliki beberapa variasi atau jenis, di antaranya adalah *espresso*, *latte*, *cappuccino*, *flat white*, *mocha* dan kopi hitam biasa. Minum kopi diketahui memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh, seperti:

- Menjaga kesehatan jantung.
- Mempertahankan berat badan ideal.
- Menjaga kesehatan otak.





- d. Mengurangi risiko diabetes tipe 2.
- e. Menjaga kesehatan organ hati.
- f. Mengurangi risiko kanker.
- g. Mengurangi risiko batu empedu.

Core memiliki arti inti, sari, biji, inti sari yang berarti suatu hidangan yang dibuat dari bagian inti biji kopi berkualitas. *Core Coffee* adalah bisnis kedai kopi yang bergerak di bidang *food and beverage*. Produk utama yang dihasilkan adalah kopi yang diolah menjadi minuman yang berasal dari biji berkualitas.

Ide bisnis dari *Core Coffee* terinspirasi dari tren kopi yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Selain itu alasan memilih Pasar Lama sebagai lokasi usaha dikarenakan lokasi yang mendukung untuk membuka suatu usaha yang bisa dikatakan sebagai tempat yang potensial dan merupakan salah satu pusat lokasi wisata kuliner terbesar di Tangerang. Lokasi yang berdekatan dengan sekolah, alun-alun kota, dan gedung perkantoran menjadi salah satu pertimbangan memilih lokasi tersebut.

Core Coffee merupakan sebuah kedai minuman yang menu utamanya terbuat dari olahan kopi. Selain menjual minuman, *Core Coffee* juga menjual snack atau kue yang terbuat dari kopi dan coklat yang bisa dikonsumsi langsung bersama dengan minuman kopi maupun di *take away*. Segmen yang dituju oleh *Core Coffee* adalah pelajar, mahasiswa, dan pekerja kantoran. Selain menyediakan minuman dan makanan, *Core Coffee* juga menyediakan biji kopi yang dapat dibeli dengan bentuk biji maupun bubuk yang sudah digiling dengan tingkat atau tekstur yang dapat dipilih oleh pembeli. Untuk kedai *Core Coffee* memang tidak terlalu besar dibandingkan tempat lain, tetapi masih tersedia tempat duduk dan meja yang dapat memuat sekitar 25 sampai dengan 30 orang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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



1.2 Gambaran Usaha

Core Coffee merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang *Food & Beverage*. Produk yang nantinya dihasilkan adalah minuman dan makanan. Banyaknya varian rasa baik untuk minuman dan makanan akan membuat konsumen tertarik untuk membeli produk dari *Core Coffee*. Target pasar yang dituju oleh *Core Coffee* adalah seluruh kalangan dengan harga yang relatif terjangkau.

Berikut ini merupakan gambaran usaha yang terdiri dari visi, misi, dan tujuan perusahaan jangka pendek sampai jangka panjang:

a. Visi

Visi menurut Aditya (2010) adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang.

Visi dari *Core Coffee*:

- (1) Menciptakan rasa kopi berkualitas yang tercipta dari biji kopi pilihan dan memiliki cita rasa yang khas serta menjadi salah satu penyedia kopi terbaik di Indonesia.

b. Misi

Misi menurut Wibisono (2006) merupakan penetapan sasaran atau tujuan perusahaan dalam jangka pendek (rata-rata 1 sampai 3 tahun).

Misi dari *Core Coffee*:

- (1) Menyediakan produk kopi dan produk makanan berkualitas dan unggul.
- (2) Mempertahankan cita rasa kopi yang khas.
- (3) Menyediakan pelayanan dan kenyamanan terbaik bagi para pelanggan.



c. Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan merupakan sesuatu yang akan dicapai atau yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Tujuan perusahaan adalah target yang bersifat kuantitatif dan pencapaian target tersebut merupakan ukuran keberhasilan kinerja perusahaan. Berikut tujuan perusahaan dari *Core Coffee*:

Tabel 1.1 Tujuan *Core Coffee*

Jangka Waktu	Waktu	Tujuan
Jangka pendek	1-3 Tahun	Memasarkan produk di sekitar Jabodetabek. Membuka kesempatan untuk menjadi mitra atau franchise. Melakukan kolaborasi dengan merek terkenal.
Jangka menengah	3-5 Tahun	Mencapai <i>Break Even Point</i> (BEP). Membuka beberapa cabang di luar Jabodetabek.
Jangka panjang	5-10 Tahun	Dapat memasarkan produk di seluruh Indonesia. Membuka cabang di seluruh Indonesia.

Sumber: *Core Coffee*, 2022

1.3 Besarnya peluang bisnis

Pengertian pasar menurut Kotler dan Amstrong, adalah sejumlah pembeli aktual dan potensial dari sebuah produk maupun jasa. Besarnya pasar juga tergantung dengan jumlah orang yang memiliki kebutuhan dan akan melakukan transaksi.

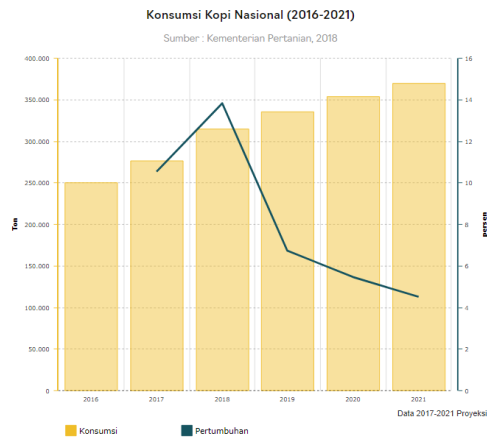
Indonesia sebagai negara terbesar keempat sebagai penghasil dan penjualan kopi tentunya memiliki potensi besar menjadi penguasa pasar untuk sektor komoditi kopi.

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. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata



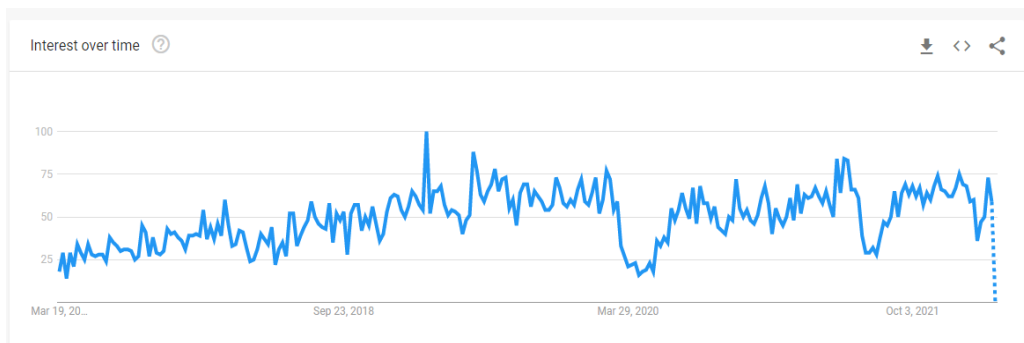
8,22%/tahun. Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton. Berikut ini penulis sajikan data konsumsi kopi tahun 2016 sampai 2021:

Gambar 1.1 Grafik konsumsi kopi nasional



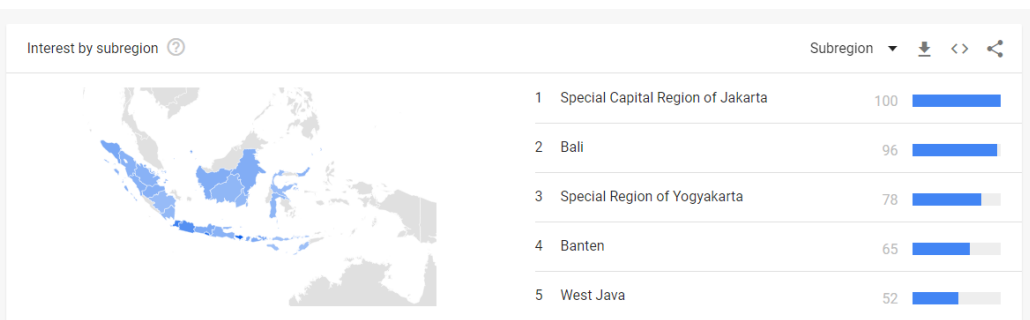
Sumber: Data konsumsi kopi nasional.

Gambar 1.2 Trend Coffee Shop selama 5 Tahun Terakhir



Sumber: Google Trends Coffee Shop.

Gambar 1.3 Trend Pertumbuhan Coffee Shop Selama 5 Tahun Terakhir



Sumber: Google Trends Coffee Shop.

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.



Menurut Ujang Suwarman (2004:280),” lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja”. *Core Coffee* memilih lokasi usaha yang berada di Pasar Lama, Tangerang. Alasan utama pemilihan lokasi tersebut karena banyak faktor-faktor pendukung yang memudahkan dalam menjalankan usaha seperti tersedianya lahan usaha, dekat dengan pusat perbelanjaan dan kuliner, tersedia lahan parkir, dekat dengan sekolah atau kampus serta stasiun kereta dan peminat kopi yang cukup tinggi. Dengan tempat yang menarik serta harga yang terjangkau (diketahui setelah melakukan analisis) dapat diyakini bisnis atau usaha yang dijalankan memiliki potensi yang cukup besar.

1.4 Kebutuhan dana

Untuk kebutuhan dana yang diperlukan untuk membangun kedai *Core Coffee* penulis memperkirakan bahwa dana yang diperlukan sekitar Rp. 269.099.500. Modal ini diperoleh dari dana pribadi (tabungan) dan dana dari orang tua penulis.

Tabel 1.2

Kebutuhan dana *Core Coffee*

Keterangan	Rp
Biaya Sewa	95.000.000
Biaya pembuatan <i>booth</i> kopi semi kontainer	65.000.000
Biaya Peralatan	69.895.000
Biaya Perlengkapan	5.673.000
Biaya Bahan Baku	18.531.500
Kas Awal	15.000.000
Total	269.099.500

Sumber: *Core Coffee*, 2022



Biaya sewa lahan di daerah pasar lama dengan minimal sewa selama satu tahun dan berukuran 360m² ditetapkan sebesar Rp 95.000.000, biaya pembuatan *booth* kopi semi kontainer dengan ukuran kontainer 20 feet sebelum dilakukan variasi menjadi kafe (umumnya panjang 6 meter, lebar 2,4 meter, dan tinggi 2,6 meter) untuk tempat melayani konsumen dan area *indoor* diperkirakan sebesar Rp. 65.000.000, biaya peralatan yang dibeli dari pemasok berbeda sebesar Rp. 69.895.000, biaya perlengkapan yang meliputi Cup PP *Injection* 14oz , dan branding logo *Core Coffee*, tissue, sabun cair, plastik *packaging* dan beberapa perlengkapan pendukung akan dibeli sebesar Rp. 5.673.000, biaya bahan baku ditaksir sebesar Rp. 18.531.500, kas awal sebesar Rp.15.000.000 yang digunakan untuk membayar gaji beberapa karyawan dan keperluan tidak terduga pada bulan pertama berjalannya usaha.

1. Dilarang menyalin atau menyalin 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.