BAB I

PENDAHULUAN

1. Ide Bisnis

Masyarakat Indonesia dapat dikatakan merupakan tipe masyarakat yang tingkat konsumtifnya tinggi terutama pada tingkat konsumtif di bidang kuliner. Membangun bisnis di bidang kuliner dapat dikatakan tidak ada matinya, tinggal pebisnis yang harus terus menggunakan kreativitas dan inovasi untuk terus bertahan di pasar itu sendiri. Bisnis kuliner juga mampu memenuhi seluruh kebutuhan target pasar yang berbeda-beda. Target pasarnya tidak hanya dari orang-orang kelas atas, tapi dapat dilihat dari berbagai kalangan sampai pelajar juga suka untuk mencoba produk makanan atau minuman baru yang inovatif. Oleh karena itu, maka tidak heran jika berbisnis di bidang kuliner saat ini kian marak digeluti oleh para pengusaha.

Salah satu bisnis kuliner yang sedang berkembang adalah bisnis kedai kopi. Kopi yang telah menjadi gaya hidup masyarakat perkotaan saat ini menunjukkan peluang untuk membuka kedai kopi cukup besar ditambah dengan target pasarnya bisa dari semua kalangan baik tua atau muda, pria atau wanita, pekerja atau pelajar bisa menyukai kopi. Menikmati secangkir kopi sembari bersantai bersama teman maupun rekan kerja di kedai kopi kian menjadi sebuah rutinitas umum ditambah lagi sudah banyak kedai kopi saat ini yang menyediakan variasi racikan kopi sehingga kopi bisa dinikmati oleh siapapun. Oleh karena itu, penulis memilih untuk membangun sebuah bisnis di bidang kuliner yaitu bisnis kedai kopi.

Kopi merupakan minuman yang digemari oleh berbagai kalangan masyarakat termasuk kopi asli Indonesia yang memiliki aroma, ciri khas, dan cita rasa yang beraneka ragam yang karena itu kualitas kopi asli Indonesia sendiri pun mampu diakui berkualitas oleh dunia. Kopi asli Indonesia sendiri mampu menghasilkan cita rasa yang berbeda karena tergantung daerah di mana biji kopi itu ditanam misalkan di daerah Aceh, Toba, Toraja, dan daerah lainnya. Kopi asli Indonesia yang beragam dari Sabang sampai Merauke sehingga membuat para penikmat kopi memiiki banyak pilihan rasa untuk dapat menikmati kopi kesukaannya.

Industri kopi di Indonesia dalam beberapa kurun tahun terakhir terus bergairah dengan semakin bertambah dan meningkatnya produksi kopi olahan yang dihasilkan oleh industri pengolahan kopi, semakin suburnya Cafe dan Coffee Shop di kota-kota besar. Peningkatan konsumsi kopi domestik Indonesia, selain didukung dengan pola sosial masyarakat dalam mengkonsumsi kopi, juga ditunjang dengan harga yang terjangkau, kepraktisan dalam penyajian serta keragaman rasa/cita rasa yang sesuai dengan selera konsumen. Dengan meningkatnya taraf hidup dan pergeseran gaya hidup masyarakat perkotaan di Indonesia telah mendorong terjadinya pergeseran dalam pola konsumsi kopi khususnya pada kaula muda.

Peminum kopi dulunya itu orang-orang tua yang bisa membuat mereka merasakan dan menikmati panasnya setelah minum kopi. Menurut *National Coffee Association United States* tahun 2011, terdapat peningkatan konsumsi kopi harian pada remaja usia 18-24 tahun. Sekarang kedai kopi memunculkan suasana yang nyaman dan sederhana hal ini disukai oleh para remaja dikarenakan suasana dan lokasi yang nyaman. Maka dari itu peminum kedai kopi bukan hanya para orang-orang tua saja, tetapi para remaja mulai ikut serta dalam menjamahi kenikamatan kedai kopi yang dulunya hanya dirasakan oleh para orang-orang tua. Generasi muda pada umumnya lebih menyukai minum kopi instant, kopi three in one maupun minuman berbasis expresso yang disajikan di cafe. Sedangkan kopi tubruk (kopi bubuk) masih merupakan konsumsi utama masyarakat/penduduk di pedesaan dan golongan tua. Budaya minum kopi saat ini merupakan suatu trend baru yang muncul diberbagai kalangan masyarakat. Meningkatnya permintaan akan kopi, memancing munculnya berbagai brand, cafe dan coffee shop di kota-kota besar. Meskipun banyak brand yang bemunculan namun pangsa pasar yang dituju berbeda-beda.

Perubahan jaman yang cenderung cepat yang mempengaruhi perkembangan teknologi sendiri sehingga mampu mempengaruhi gaya hidup masyarakat sekarang misalnya masyarakat sekarang cenderung mengandalkan gadgetnya dan internet untuk menemukan informasi yang mereka inginkan termasuk informasi produk kebutuhan mereka dan sampai pembelanjaan kebutuhan yang bisa dilakukan secara online lewat gadgetnya yang mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitasnya sehingga mereka tidak perlu keluar rumah dan harus mengunjungi toko atau kios tempat produk kebutuhan mereka dijual. Salah satu aplikasi yang terus berkembang dan dikenal oleh masyarakat yang membuktikan teknologi semakin canggih yaitu aplikasi Go-Jek yang di dalam aplikasi tersebut ada pilihan fitur-fitur yang terpisah sesuai kebutuhan salah satunya adalah fitur Go-Food yang mampu membantu masyarakat dalam membeli dan memesan makanan atau minuman yang mereka inginkan tanpa harus membuang waktu lagi untuk pergi ke tempat makanan atau minuman itu dijual dan kurir Go-Food mampu mengantarkan pesanan ke lokasi yang diminta oleh pelanggan Go-Food.

Melihat kondisi seperti itu, maka membuat penulis memiliki ide untuk membuat bisnis kedai kopi yang menggunakan biji kopi asli Indonesia dengan harga yang cukup terjangkau sehingga dapat dinikmati seluruh kalangan masyarakat. Penulis juga menggunakan jasa Go-Food untuk penjualan kopi sehingga lebih cepat sampai ke tangan pembeli tanpa harus membuat pembeli mengujungi kedai kopi langsung dan nama bisnis kedai kopi yang direncanakan oleh penulis itu adalah Kedai Kopi Sade Kopi.

Dengan keberadaan Kedai Kopi Sade Kopi (Sako), bertujuan untuk dapat memperkenalkan kopi asli Indonesia kepada berbagai kalangan masyarakat. Untuk kisaran harga yang dipatok oleh Kedai Kopi Sako, seharusnya dapat dijangkau oleh semua golongan baik kalangan bawah, menengah, maupun atas karena Kedai Kopi Sako menyediakan kopi dengan harga yang cukup terjangkau.

1. Gambaran Usaha

Gambaran usaha menguraikan tentang bidang usaha yang akan didirikan, visi dan misi perusahaan, dan tujuan pelaku bisnis baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang. Berikut adalah gambaran usaha Kedai Kopi Sako:

1. **Visi**

Menurut David (2015:44) sebuah pernyataan visi harus bisa menjawab pertanyaan “ingin menjadi apa kita di masa depan?” sebuah visi yang jelas memberikan fondasi untuk mengembangkan pernyataan misi yang komprehensif. Banyak organisasi yang memiliki pernyataan visi dan misi, tetapi pernyataan visi seharusnya dibuat terlebih dahulu. Pernyataan visi harus singkat dan lebih baik satu kalimat.

Di dalam membuat visi perusahaan dapat menentukan batas waktu yang ingin dicapai. Oleh karena itu, untuk membuat pernyataam visi yang tepat sebaiknya dipenuhi persyarat visi, antara lain:

1. Berorientasi pada masa depan
2. Tidak dibuat berdasarkan kondisi atau tren saat ini
3. Mengekspresikan kreativitas
4. Mempunyai harapan standar yang tinggi, ide, serta harapan tinggi bagi karyawan
5. Menggambarkan keunikan bisnis dalam kompetisi

Melihat dari teori di atas, maka visi dari Kedai Kopi Sako adalah “Menjadikan Kedai Kopi Sako sebagai kedai kopi yang menyediakan kopi dengan rasa berkualitas namun dengan harga terjangkau yang dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat.”

1. **Misi**

Menurut David (2015:44) misi adalah sebuah pernyataan maksud yang membedakan satu organisasi dari organisasi-organisasi lain yang serupa, pernyataan misi 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.

Inti dari sebuah misi adalah hal-hal yang harus dilakukan oleh perusahaan agar visi yang telah ditetapkan dapat tercapau. Misi dari Kedai Kopi Sako adalah:

1. Menggunakan kopi asli Indonesia yang berkualitas sebagai bahan baku utama menu kopi di Kedai Kopi Sako
2. Selalu mengutamakan kebutuhan konsumen dahulu dan kepuasan konsumen sendiri terhadap produk yang dijual Kedai Kopi Sako
3. Menggunakan kreativitas dan inovasi penulis dalam menghasilkan kopi yang mempunyai cita rasa yang berbeda daripada kopi di kedai kopi lainnya.
4. **Tujuan Perusahaan**

Tujuan perusahaan dibagi menjadi dua yaitu tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. Tujuan jangka pendek meruapakan serangkaian tujuan untuk jangka waktu kurang dari setahun. Tujuan jangka pendek dari Kedai Kopi Sako adalah sebagai berikut:

1. Terus menjaga kepuasan kustomer dengan selalu menyediakan kopi dengan cita rasa yang konsisten kualitasnya dan terus menjalin hubungan yang baik dengan semua pelanggan
2. Kedai Kopi Sako dapat dikenal oleh konsumen di wilayah Jakarta Utara terutama di Kelapa Gading sebagai kedai kopi dengan cita rasa kopi yang berkualitas namun dengan harga yang cukup terjangkau

Tujuan jangka panjang adalah serangkaian tujuan yang ditetapkan untuk jangka waktu yang panjang, biasanya lima tahun mendatang atau lebih. Tujuan jangka panjang dari Kedai Kopi Sako adalah sebagai berikut:

1. Membuka cabang di Jakarta baik di bagian utara, timur, barat, maupun pusat.
2. Mampu menguasai pangsa pasar dengan usaha sejenis
3. Menjadikan kopi asli Indonesia dapat dikenal lebih luas lagi oleh semua kalangan masyarakat baik untuk penikmati kopi sendiri dan kalangan masyarakat di luar tersebut
4. Besarnya Peluang Bisnis

Besarnya peluang bisnis sangat menentukan keberlangsungan hidup suatu bisnis. Peluang bisnis yang besar aka membuat bisnis memiliki kesempatan untuk berkembang dan mencapai target yang ingin dicapai. Beberapa hal harus diperhatikan juga dari segi kualitas produk, perilaku konsumen, dan kreativitas serta inovasi dalam produk agar dapat terlihat berbeda dari para pesaing.

Penulis yang membuka bisnis kedai kopi sehingga melihat peluangnya dari data konsumsi kopi di Indonesia yang selalu meningkat setiap tahunnya. Grafik data jumlah konsumsi kopi di Indonesia dari tahun 2000-2016 dapat dilihat pada Grafik 1.1 yang terletak pada halaman berikut.

**Grafik 1.1**

**Grafik Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2000-2016**



Sumber: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-indonesia

Pada Grafik 1.1 dapat dilihat bahwa konsumsi kopi di Indonesia dari tahun 2010-2016 selalu mengalami peningkatan. Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa peluang bisnis dari Kedai Kopi Sako ini masih sangat luas sehingga prospek untuk menjalankan bisnis ini masih sangat bagus dikarenakan konsumsi kopi di Indonesia yang selalu mengalami peningkatan dari tahun 2000-2016.

1. Kebutuhan Dana

Dalam melakukan bisnis modal awal sebenarnya relaif, tergantung pada ukuran bisnis yang akan dibangun dan banyaknya persediaan untuk produk yang diinginkan oleh wirausaha untuk dijual kembali kepada konsumen akhir. Modal awal yang diperlukan untuk mendirikan usaha ini berasal dari tabungan sendiri dan dari orangtua. Penulis memutuskan untuk memilih sumber pendanaan selain tabungan sendiri adalah dari orangtua karena dari segi pertimbangan peminjaman dan pengembalian, pinjaman ini merupakan jenis yang paling mudah dan murah. Berikut adalah rincian dari kebutuhan dana yang dibutuhkan oleh Kedai Kopi Sako adalah:

**Tabel 1.1**

**Kebutuhan Dana Kedai Kopi Sako**

|  |  |
| --- | --- |
| **Kebutuhan Dana Kedai Kopi Sako** | |
| **Keterangan** | **Jumlah** |
| Kas Awal | 10.000.000 |
| Sewa Bangunan | 97.000.000 |
| Renovasi Ruko | 45.000.000 |
| Bahan Baku | 316.932.000 |
| Peralatan | 126.285.000 |
| Perlengkapan | 37.331.200 |
| Gaji Karyawan | 425.550.000 |
| **Total** | **1.058.098.200** |

Sumber: Data diolah