



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Ide Usaha

Pada era globalisasi ini perkembangan dunia bisnis sangatlah pesat, termasuk dalam membangun sebuah kedai kopi. Dengan banyaknya minat masyarakat yang gemar untuk menghabiskan waktu di kedai kopi maka, ini merupakan salah satu faktor atas berkembangnya dunia bisnis dalam kedai kopi. Dalam kedai kopi, masyarakat melakukan berbagai aktivitas seperti belajar, menghabiskan waktu bersama teman-teman ataupun melakukan berbagai pertemuan dengan kolega bisnis. Hal ini menjadi salah satu tren gaya hidup para anak remaja hingga dewasa. Tren ini dimulai dari masyarakat yang ingin mencari suasana baru dengan ditemani minuman seperti kopi. Dengan adanya kebiasaan dari tren dalam masyarakat, maka pelaku usaha memiliki ide untuk membuat kafe yang dapat menciptakan suasana tenang dan nyaman. Selain itu pelaku usaha juga memiliki ide ingin membuat kafe dengan berbagai design-design simple dan unik yang dapat dinikmati para penyuka photographer. Maka terciptalah “*Nature Coffee*” yang memiliki 2 konsep yaitu konsep alam dan *instagramable*.

“*Nature Coffee*” merupakan sebuah kedai kopi yang memiliki konsep baru yang terdiri dari konsep alam dan konsep *instagramable* yang digabung. Dengan adanya konsep gabungan maka akan sangat menarik minat masyarakat untuk melihat dan mencoba “*Nature Coffee*”. Konsep alam akan dibantu dengan berbagai tanaman seperti tanaman kaktus dan *ivy*. Dua tanaman ini membantu meningkatkan suasana kafe menjadi nyaman. Selain itu, “*Nature Coffee*” juga mengizinkan konsumen untuk memutar lagu sesuai dengan keinginan sendiri yang akan tersambung dalam *bluetooth*

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.



kafe. Perizinan atas pemakaian *bluetooth* kafe ini merupakan salah satu upaya agar konsumen merasa nyaman serta dapat menaikkan mood dari konsumen itu sendiri. Setelah konsep alam, pelaku usaha juga memiliki ide untuk konsep *instagramable*. Konsep *instagramable* ini merupakan konsep yang memiliki dukungan dari design atau properti yang unik dan *photogenic*. Design yang dimiliki menggunakan konsep minimalis alam dengan adanya tanaman yang merambat. Tanaman yang merambat ini digunakan agar hasil foto yang diambil oleh konsumen bagus dan menarik mata. Selain itu furniture yang digunakan merupakan *furniture* berbahan semen sehingga semakin mendukung suasana dari konsep alam dan *instagramable* tersebut.

“Nature Coffee” menawarkan minuman kopi yang telah diolah dari biji kopi hingga menjadi *espresso*. *Espresso* ini merupakan bahan kopi yang akan dicampur dengan bahan pendukung lainnya seperti susu krimer, saus karamel hingga *whipcream* yang akan menghasilkan suatu menu kopi yang biasanya ditemui dalam kedai kopi. Menu-menu kopi inilah yang “*Nature Coffee*” tawarkan kepada konsumen sesuai dengan tingkat selera kopi konsumen. Konsumen yang tidak memiliki tingkat toleransi tinggi terhadap kafein, dapat menikmati menu lain yang non kafein. Lalu konsumen yang dapat menikmati musik yang dihubungkan ke *bluetooth* cafe ini juga merupakan salah satu hal yang kafe tawarkan. Biasanya pada kafe-kafe yang sudah ada, tidak dapat membiarkan pelanggan untuk memasang lagu yang sesuai dengan pelanggan inginkan, tetapi dalam “*Nature Coffee*” ini pelanggan dapat memintanya. Selain itu “*Nature Coffee*” akan menyediakan promo seperti *tumbler day* yaitu pelanggan yang membeli kopi dengan tumbler dari “*Nature Coffee*” akan mendapatkan promo. *Tumbler* yang dijual juga menjadi salah satu roda untuk meningkatkan minat konsumen akan “*Nature Coffee*” ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## B. Gambaran Usaha

### 1. Bidang usaha

“Nature Coffee” merupakan ide suatu bisnis yang memiliki bidang usaha dalam industri *Food And Beverage* yang berfokus pada penjualan minuman. Jenis dari minuman “Nature Coffee” ini adalah “Coffee Shop” dan produk yang ditawarkan yaitu kopi. Kopi yang ditawarkan merupakan kopi yang memiliki berbagai campuran seperti susu dan saus perasa sehingga memiliki rasa kombinasi yang manis dan pahit.

### 2. Visi dan Misi

Setelah adanya kilasan bidang usaha, Berikut ini merupakan Visi dan Misi Rencana Bisnis “Nature Coffee” :

Visi : menjadi salah satu usaha kedai kopi bersuasana tenang dan nyaman untuk bersantai.

Misi :

- a. Membuat minuman dari bahan-bahan yang berkualitas.
- b. Menyajikan minuman dengan keadaan yang higienis terbebas dari bahan kimia yang merugikan tubuh.
- c. Memberikan layanan dengan sopan dan ramah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Gambar 1. 1

Logo “Nature Coffee”



Sumber : “Nature Coffee”

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 3. Tujuan Bisnis

Dalam membuat suatu usaha pasti akan memiliki tujuan yang menjadi sebagai acuan dalam berbisnis. Tujuan sendiri merupakan salah satu media bagi pebisnis pemula dalam menjalankan bisnisnya karena dalam membangun sebuah bisnis dibutuhkan mental yang kuat sehingga agar bisnis ini dapat berjalan sesuai rencana dan dapat bertahan di era kompetitif, maka terciptalah tujuan dalam berbisnis. Berikut pelaku usaha akan jabarkan apa saja yang menjadi tujuan pelaku usaha dalam membuat ide rencana bisnis yang dibagi menjadi 3 tujuan yaitu tujuan jangka pendek , jangka menengah dan jangka panjang. Berikut tujuan-tujuannya:

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.



Tabel 1. 1

**Ringkasan Tujuan Perkembangan Usaha “Nature Coffee”**

Jangka Waktu	Waktu	Tujuan
Jangka Pendek	1-3 Tahun	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengikuti promosi tumbler day untuk menarik banyak calon pembeli agar mengenal produk yang ditawarkan.</li> <li>Meningkatkan kualitas bahan-bahan agar produk minuman dapat terjamin kualitasnya.</li> <li>Meraih keuntungan laba 5% yang didapatkan dari penjualan.</li> </ul>
Jangka Menengah	3-5 Tahun	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memperluas cabang yang berlokasi di titik Jakarta. Hal ini bertujuan agar “Nature Coffee” semakin dikenal dan dapat dijangkau dari dekat.</li> <li>Mendapat keuntungan sebesar 10% dari penjualan.</li> <li>Penjualan dari produk “Nature Coffee” mendapatkan Break Event Point (BEP).</li> </ul>
Jangka Panjang	5 Tahun keatas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menjadi pilihan kafe pertama dalam mencari tempat nyaman dan tenang.</li> <li>Mengalami peningkatan laba sebesar 15% dari penjualan.</li> <li>Memperluas cabang diluar daerah jakarta agar konsumen dapat menjangkau lebih mudah.</li> </ul>

Sumber : “Nature Coffee”

**C. Besarnya Peluang Bisnis**

Dalam sebuah bisnis, tentunya akan adanya untung dan rugi. Hal ini, berkaitan dengan tingkat besar kecilnya suatu peluang bisnis terhadap bisnis tersebut termasuk dengan seberapa tinggi tingkat permintaan dan penawarannya. *Food And Beverage* di daerah DKI Jakarta merupakan salah satu bisnis yang bertambah banyak dan memiliki peluang yang berpotensi besar pada minuman kopi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

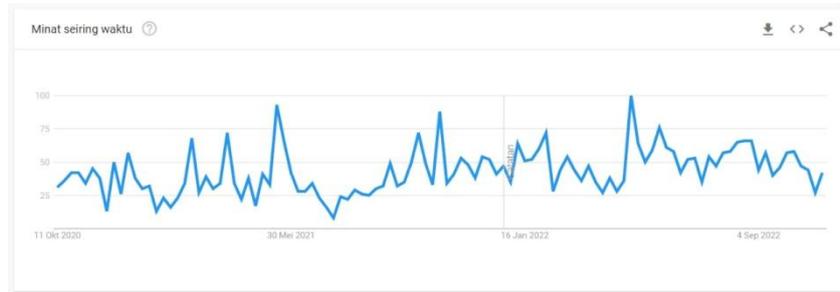
© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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



Gambar 1. 2

Google Trend Terhadap “Coffee Shop” Di Jakarta



Sumber : Google Trends

Dalam gambar 1.1 diatas ini terlihat sebuah data grafik mengenai pencarian *coffee shop* per tahun 2020-2022 mengalami pergerakan yang bergerak secara naik turun khususnya pada daerah Jakarta. Hal ini termasuk penawaran yang pada tahun 2020 akhir – 2021 awal mengalami pergerakan yang tidak naik dikarenakan adanya wabah virus COVID-19 maka pemerintah memberikan kebijakan yaitu larangan masyarakat untuk beraktivitas di luar rumah. Pencarian terhadap kedai kopi pada tahun 2021 hingga pertengahan 2022 mengalami kenaikan yang pesat karena pemerintah sudah memberikan kebijakan baru sehingga masyarakat dapat beraktivitas seperti biasa seperti bekerja, sekolah, dan berkumpul. Kedai kopi sendiri menjadi salah satu pilihan tempat yang masyarakat inginkan untuk melakukan aktivitasnya. Dalam pasca pandemi ini, para pekerja maupun pelajar ingin mendapatkan suasana yang nyaman dari fasilitas maupun pelayanan yang ramah dari kedai kopi dan tenang untuk melakukan aktivitasnya.

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



Gambar 1.3

Trend Konsumsi Terhadap Minuman Kopi Di Indonesia



Sumber : The Economics

Setelah data penawaran, tentunya ada data trend konsumsi terhadap minuman kopi yang didapatkan dari data *The Economics*. Menurut Kementerian Pertanian, “Tingkat konsumsi kopi nasional pada tahun 2020 sebesar 353,9 ribu ton dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 369,9 ribu ton”.

Tentunya ini menunjukkan bahwa masyarakat gemar mengonsumsi kopi dikarenakan kopi memiliki kafein yang mampu meningkatkan hormon tubuh yang membantu agar fokus pada aktivitasnya. Tren konsumsi ini juga berhubungan dengan tingkat permintaan pada konsumsi kopi yang dimana masyarakat merubah tren tersebut menjadi suatu gaya hidup yang dimana akan menjadi kebiasaan kemudian akan ketergantungan dengan kopi. Maka kebiasaan itulah yang akan berubah menjadi masyarakat membutuhkan untuk mengonsumsi kopi dan tingkat atas konsumsi ini berubah menjadi tingkat permintaan.

Berdasarkan dari penjelasan dua gambar diatas, maka dapat menjelaskan informasi bahwa ada potensi peluang terhadap rencana usaha “*Nature Coffee*” untuk kedepannya. Dengan berjalannya waktu, “*Nature Coffee*” pun tidak akan terus mengalami kenaikan tetapi walaupun begitu sebagai pelaku usaha tidak akan

© 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.



menjadikan kegagalan dan kelemahan membuat pantang menyerah. Adapun strategi pemasaran seperti membuat *event*, diskon, *merchandise* yang merupakan sebagai bentuk dalam menjaga hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Produk dari “*Nature Coffee*” hadir untuk memberikan tambahan energi yang berbentuk kafein di dalam tubuh konsumen.

#### D. Kebutuhan Dana

Dalam membangun “*Nature Coffee*” pelaku usaha mendapatkan sumber dana dari keluarga. Dengan keterbatasan ekonomi, pelaku usaha menggunakan modal yang diberikan dari keluarga karena apabila meminjam dari bank, resiko yang akan ditanggung akan sangat bahaya dikarenakan peraturan dari bank yang dapat merugikan “*Nature Coffee*” contohnya adanya persen bunga. Kebutuhan dana yang diperlukan untuk rencana usaha “*Nature Coffee*” sebesar Rp.160.988.667,-. Berikut ini rangkaian rincian kebutuhan dana yang diperlukan untuk rencana usaha “*Nature Coffee*”:

**Tabel 1. 2**  
**Kebutuhan Dana “*Nature Coffee*”**

No.	Kebutuhan Dana	Biaya
1.	Biaya Renovasi	39.060.000
2.	Biaya Peralatan	89.979.000
3.	Biaya Perlengkapan	771.500
4.	Bahan Baku	6.178.167
5.	Kas Awal	25.000.000
6.	Total Biaya	160.988.667

Sumber: “*Nature Coffee*”

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

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