

BAB I

PENDAHULUAN

A. Ide Bisnis

Bisnis KyoYu Tea adalah bisnis yang bergerak di sektor makanan dan minuman, sektor ini memang termasuk dalam kategori yang menjanjikan. Sebab, makanan dan minuman adalah kebutuhan pokok bagi setiap individu. Namun, sejak merebaknya pandemi Covid-19, terjadi perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat. Saat ini, orang cenderung mencari solusi di luar rumah untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman, yang sekarang dianggap sebagai kebutuhan utama.

Dalam dunia minuman berbasis teh, banyak konsumen sering dihadapkan pada dilema: memilih antara rasa dan kualitas yang baik dengan harga yang relatif mahal, atau mencari opsi lebih terjangkau namun seringkali mengorbankan kualitas. Dari permasalahan inilah KyoYu Tea kini hadir dengan konsep tea cafe yang menghadirkan pengalaman minum teh unik dengan nuansa Jepang yang autentik. Terinspirasi dari kata Jepang *Kyōyū* (共有), yang berarti “berbagi,” KyoYu Tea ingin menciptakan tempat di mana setiap orang dapat menikmati teh berkualitas tinggi sambil merasakan atmosfer kedamaian khas Jepang.

Dengan desain interior minimalis yang dipadukan dengan elemen tradisional Jepang, seperti ornamen kayu, tanaman bonsai, dan seni kaligrafi, KyoYu Tea menjadi destinasi ideal untuk bersantai atau berkumpul bersama. Mengutamakan kualitas rasa dengan harga yang tetap ramah di kantong, KyoYu Tea menyajikan berbagai minuman teh premium, mulai dari teh klasik hingga kreasi modern, serta camilan khas Jepang untuk melengkapi pengalaman. KyoYu Tea adalah lebih dari sekadar tempat minum

teh, tetapi sebuah ruang untuk berbagi kebahagiaan dan cerita dalam suasana yang hangat dan nyaman.

B. Gambaran Usaha

KyoYu Tea adalah usaha manufaktur yang memproduksi minuman dengan beragam varian teh dalam menu milk tea-nya. Selain itu, KyoYu Tea juga menghadirkan camilan bergaya Jepang yang dirancang untuk melengkapi minuman tersebut. Target pasar yang dituju KyoYu Tea adalah seluruh kalangan masyarakat dengan harga produk yang terjangkau.

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

1. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

a) Visi

Visi adalah apa yang perusahaan inginkan di masa depan. Visi dapat memberikan aspirasi dan motivasi disamping memberikan panduan atau rambu-rambu dalam menyusun strategi perusahaan. Visi biasanya berisi pernyataan yang singkat dan jelas, namun bisa mencakup semua tujuan dan cita-cita perusahaan.

Visi dari KyoYu Tea adalah “Menghadirkan produk minuman yang menekankan pada rasa kebersamaan dan saling berbagi.”

b) Misi

Menurut KBBI sendiri misi memiliki artian sebagai peruntusan, tugas, atau kegiatan. Berikut misi dari KyoYu Tea:

- 1) Menghasilkan minuman teh yang berkualitas tinggi dan harga terjangkau.
- 2) Menghasilkan layanan minuman yang berkualitas tinggi.

Tujuan dari mendirikan bisnis ini adalah agar konsumen bisa menikmati minuman berbasis teh dengan harga yang terjangkau dan rasa yang enak. Berikut ini dijelaskan tujuan dari KyoYu Tea dalam beberapa waktu ke depan yang dibagi menjadi 3 bagian:

Tabel 1.1
Tujuan KyoYu Tea

Jangka Waktu	Waktu	Tujuan
Jangka pendek	1-3 Tahun	<ul style="list-style-type: none"> • Volume penjualan meningkat 5% setiap tahunnya. • Menambahkan 1-5 varian teh baru dan camilan khas Jepang untuk menarik lebih banyak pelanggan. • Keuntungan meningkat 5% pertahun.
Jangka menengah	3-5 Tahun	<ul style="list-style-type: none"> • Memperluas distribusi dengan menggandeng platform pengantaran online untuk meningkatkan transaksi hingga 20% dari total penjualan mencapai <i>Break Even Point</i> (BEP). • Memperkuat brand KyoYu Tea melalui kampanye pemasaran kreatif, kolaborasi dengan influencer, dan event budaya Jepang. • Meningkatkan margin keuntungan hingga 20% dengan efisiensi operasional dan penggunaan bahan baku lokal berkualitas tinggi.
Jangka panjang	5-10 Tahun	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki portofolio lebih dari 20 varian minuman. • Ekspansi internasional dengan membuka gerai di Asia Tenggara dengan memanfaatkan e-commerce • Meningkatnya Penjualan sebesar 15% per tahun.

C. Besarnya peluang bisnis

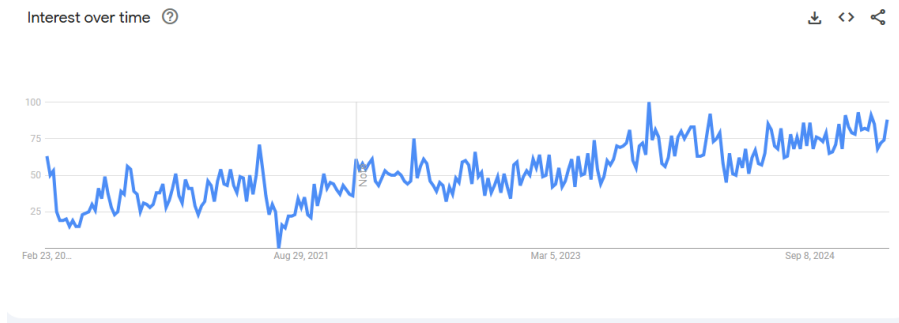
Bisnis teh di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk lokal berkualitas dan tren gaya hidup modern yang menekankan pengalaman serta kesehatan. Hal ini mencerminkan peluang besar bagi para pelaku usaha, khususnya di sektor kafe dan minuman berbasis teh, untuk menjangkau pasar yang luas dengan menawarkan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga sesuai dengan preferensi mereka.

Sebagai brand yang mengusung konsep teh berkualitas dengan harga terjangkau, KyoYu Tea dapat memanfaatkan momentum ini dengan menghadirkan berbagai varian teh otentik yang mampu bersaing di pasaran. Keunggulan utama yang ditawarkan adalah kombinasi antara rasa autentik, bahan berkualitas, serta harga yang tetap ramah di kantong, sehingga dapat menjangkau segmen pasar menengah ke bawah tanpa mengorbankan kualitas.

Selain itu, tren pencarian online menunjukkan bahwa minat terhadap minuman berbasis teh terus meningkat, terutama dengan adanya inovasi dalam varian rasa dan pengalaman yang lebih interaktif, seperti konsep kafe bertema Jepang yang ditawarkan oleh KyoYu Tea. Dengan strategi pemasaran yang tepat, KyoYu Tea memiliki peluang besar untuk menjadi pilihan utama bagi para pecinta teh di Indonesia.

Gambar 1.1

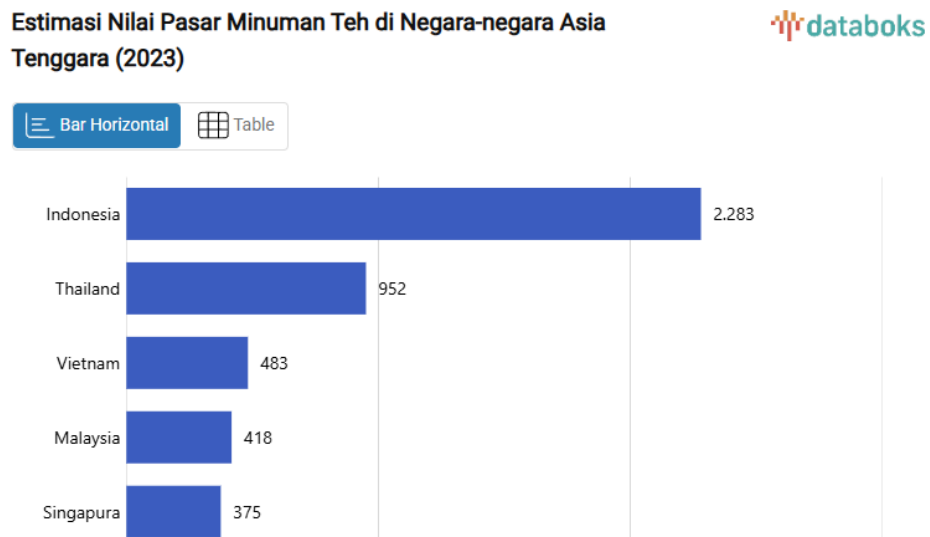
Trend Tea House di Indonesia



Sumber: Google Trends, 2025

Gambar 1.2

Nilai pasar Minuman Teh di Asia



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/foodbeveragetobacco/statistik/38a05886c27eec2/indonesiamerajai-pasar-minuman-teh-di-asia-tenggara-2023>

Berdasarkan data dari Databoks, Indonesia memiliki nilai pasar minuman teh terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2023, dengan estimasi mencapai 2.283. Angka ini jauh melampaui negara lain seperti Thailand (952), Vietnam (483), Malaysia (418), dan Singapura (375).

Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi pasar yang sangat besar untuk industri minuman berbasis teh, termasuk bagi KyoYu Tea. Dengan tren gaya hidup modern yang semakin menitikberatkan pada pengalaman dan kualitas, serta tingginya minat masyarakat terhadap produk lokal berkualitas dengan harga terjangkau, KyoYu Tea memiliki peluang besar untuk berkembang dan menjadi salah satu pilihan utama bagi konsumen teh di Indonesia.

D. Kebutuhan dana

Investasi awal yang dibutuhkan dalam membangun usaha kafe KyoYu Tea dapat dibagi dalam beberapa kategori. Berikut investasi awal yang dibutuhkan untuk membangun usaha KyoYu Tea:

Tabel 1.2

Kebutuhan dana KyoYu Tea

Keterangan	Rp
Bahan Baku	5.004.000
Biaya Sewa	100.000.000
Biaya Peralatan	60.886.000
Biaya Perlengkapan	3.402.000
Biaya Renovasi	25.000.000
Cash	7.000.000
Total	201.292.000

Sumber: KyoYu Tea, 2025

Tabel tersebut menunjukkan rincian alokasi dana usaha dengan total Rp211.292.000. Biaya terbesar adalah sewa tempat (49,7%) sebesar Rp100.000.000, diikuti oleh pembelian peralatan (30,3%) senilai Rp 60.886.000. Renovasi tempat (12,4%) memakan Rp 25.000.000, sementara bahan baku (2,5%) dialokasikan Rp

5.004.000. Dana untuk perlengkapan (1,7%) sebesar Rp 3.402.000 dan cadangan kas (3,5%) Rp7.000.000 yang digunakan untuk kebutuhan tak terduga. Anggaran ini menunjukkan fokus utama pada tempat usaha dan peralatan, dengan cadangan dana untuk operasional dan pengembangan lebih lanjut.