Bab I
Pendahuluan

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Brewisely Coffeemate merupakan sebuah usaha kecil yang dibentuk pada akhir tahun 2015 di kota Depok Jawa Barat. *Brewisely Coffeemate* didirikan oleh seorang pemuda bernama Wahyu Bijaksana untuk turut serta melengkapi di persaingan usaha dunia *Food and Beverage* khususnya produk yang berhubungan dengan kopi.

Brewisely coffeemate memiliki beberapa unit usaha yang sudah berjalan diantaranya adalah Kedai Kopi, dimana kedai kopi menyajikan berbagai macam olahan kopi seperti *manual brewing* dengan cara penyajian dengan metode *V60*, *kalita wave*, *French press*, *aeropress*, *chemex*, mokapot, *syphon*, kono, *rok presso*. Sedangkan jenis kopi lainnya pun tersedia seperti *vanilla latte*, *americano*, *caffe latte*, *caramel macchiato*, *cappuccino*. Selain kopi *Brewisely Coffeemate* juga menyajikan minuman *non* kopi seperti *milkshake*, coklat dan susu.

Selain kedai kopi *Brewisely Coffemate* juga memiliki *Pop Up Coffee Bar*, yaitu seperti *Mobile CoffeeShop* dimana setiap ada *event Brewisely Coffeemate* mengikutinya seperti *event* yang diadakan oleh kementrian keuangan Republik Indonesia *Brewisely Coffemate* ikut serta di dalamnya yang bertujuan untuk memperkuat *brand* produk *Brewisely Coffemate*.

Coffee Consultant, dimana pemilik serta karyawan *Brewisely Coffemate* membuka jasa bagi para individu yang ingin membuka kedai kopi kecil. Kemudian sebentar lagi akan membuka unit bisnis sangrai kopi, dikarenakan kedai kopi bertumbuh dengan pesat sedangkan tidak dengan usaha sangrai kopi, yang membuat peluang usaha pembukaan sangrai kopi di nilai bagus oleh pemilik *Brewisely Coffeemate*. *Brewisely Coffeemate* menjunjung sebuah nilai yaitu, “Sudah Saatnya Rakyat Indonesia Menikmati Kopi yang Berkualitas”.

Sebagai pelaku usaha *Brewisely Coffeemate* memiliki Struktur Organisasi didalam usahanya, dapat dilihat Struktur Organisasi dari *Brewisely Coffemate*;

Pemilik:	Wahyu Bijaksana
Manajer Produksi:	Zein Hanafi
Support System :	Adhfar
	Dede Sumama
	Bayu Tova

Gambar 1.1 *layout Brewisely Coffemate*

Gambar 1.2 *Pop Up Bar Brewisely Coffeemate*

Gambar 1.3 Logo *Brewisely Coffeemate*

Gambar 1.4 Salah Satu Produk *Brewisely Coffeemate*

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan minum kopi yang dahulu identik dengan orang tua, begadang, maupun minuman kelas rendahan, kini telah mengalami pergeseran makna, khususnya di Indonesia. Hal tersebut di buktikan dengan banyaknya muncul kedai kopi di Indonesia terutama di kota Depok. Minum kopi seakan sudah menjadi kebutuhan, mulai dari remaja hingga dewasa. Budaya minum kopi juga semakin identik dengan gaya hidup.

Berdasarkan data yang didapat dari Asosiasi Kopi Spesial Indonesia (AKSI) atau yang lebih dikenal dengan SCAI, melansir data bahwa perkembangan peminum kopi Indonesia sebesar 8%. Berkembangnya kebutuhan akan minuman kopi yang berkualitas, diiringi pula dengan meningkatnya peluang bisnis baru untuk memenuhi permintaan pasar. Industri hulu hingga hilir dunia kopi, secara perlahan namun pasti menunjukan peningkatan grafik. Dahulu kita hanya mengenal kopi Aceh Gayo, Sumatera Mandheling, Sidikalang ataupun Toraja. Namun, Indonesia mulai menelurkan daerah-daerah baru penghasil kopi yang berkualitas.

Industri hulu kopi tidak akan bisa berkembang baik jika tidak diikuti dengan industri hilirnya. Warung penyaji kopi atau yang lebih sering disebut kedai kopi *(Coffee Shop)* berkualitas sudah mulai ditemukan disetiap kota. Hal ini seakan mengisyaratkan bahwa usaha kedai kopi merupakan usaha yang menjanjikan keuntungan yang tidak bisa dipandang sebelah mata.

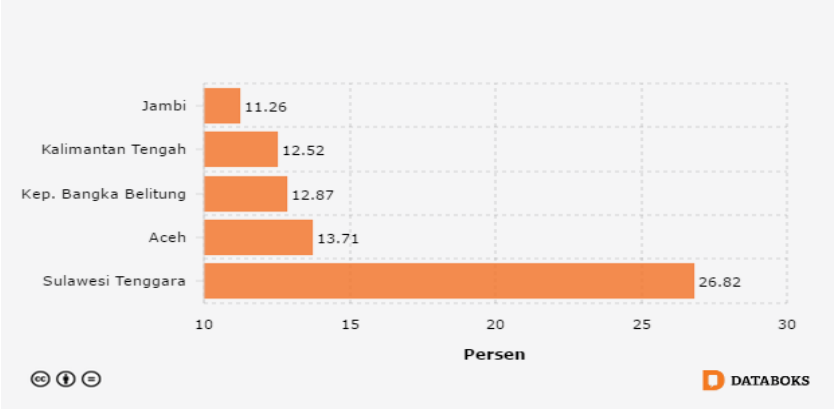
Perkembangan bisnis sangrai kopi di Indonesia masih belum berimbang dengan jumlah *coffee shop*. Khususnya dalam batasan penelitian ini yang di lakukan di daerah depok jawa barat, *coffee shop* yang tercatat pada dinas UMKM kota depok berjumlah 23 kedai. Bisnis sangrai kopi hanya berjumlah 3 yaitu *taggeto*, imaji dan tibumi. Jika dihitung dari keseluruhan *coffee shop* yang tidak terdaftar berjumlah 28, jumlah *coffee shop* yang belum tersebut didapatkan dari hasil hitungan penulis, membuat total kedai kopi di depok berjumlah 51. Berdasarkan data yang didapatkan dari *Specialty Coffee Association of Indonesia* (SCAI) , jumlah kedai kopi yang aktif yang berada di Depok per bulan Juli 2017 berjumlah kurang lebih 50 kedai.

Menurut perhitungan rata rata pemilik kedai kopi *Brewisely coffeemate* serta pemilik kedai kopi lainnya yang berada di kota Depok, setiap kedai kopi membutuhkan 2 sampai 3KG biji kopi setiap harinya. maka kebutuhan akan biji kopi sangrai kota Depok perbulannya adalah sebesar 3750 KG. Hal tersebut berdampak pada permintaan biji kopi yang sangat tinggi, berdasarkan data yang di dapat oleh penulis, pemilik bisnis sangrai kopi kewalahan dengan permintaan biji kopi dari kedai kopi. Faktor itulah yang membuat pembangunan bisnis sangrai kopi pada kedai kopi *brewisely coffeemate* memiliki peluang yang bagus. Berikut grafik kenaikan konsumsi kopi Indonesia :

Gambar 1.5 Konsumsi Kopi Indonesia

Bahan biji kopi *(green bean)* yang diperoleh oleh *Brewisely Coffeemate* didapatkan dari Indonesia dan luar Indonesia. Menurut pemilik *Brewisely Coffeemate* presentase antara biji yang diambil adalah 70% dari Indonesia dan 30% dari luar Indonesia. Hal tersebut dilakukan untuk menciptakan variasi rasa, karena dari setiap Negara bahkan dari setiap daerah memiliki *cirikhas* rasa yang berbeda-beda. Menurut pemilik *Brewisely Coffeemate* untuk harga biji kopi setelah sangrai *(fresh roast)* hasil pertanian indonesia stabil di kisaran harga Rp.60.000 sampai Rp.150.000 per 200 gram tergantung dari hasil olahan biji kopi, sedangkan untuk biji kopi setelah sangrai hasil pertanian luar Indonesia bergerak stabil pada kisaran harga Rp.60.000 sampai Rp.700.000 per200 gram tergantung dari hasil olahan dan asal Negara biji kopi. Data tersebut dikatakan oleh pemilik *Brewisely Coffeemate* selama 3 tahun terakhir. Berikut gambar yang menunjukkan data pertanian biji kopi di Indonesia :

Gambar 1.6 Pertanian Biji Kopi Indonesia



Menurut studi yang dilakukan oleh SCAI sebuah kedai kopi yang sukses harus memiliki sebuah keunikan tersendiri. Penguatan *brand* kedai kopi itu sendiri harus direncanakan sedemikian matang. Banyak *gimmick* yang harus diterapkan untuk menghasilkan sebuah kedai kopi yang sukses, berkembang, dan menghasilkan keuntungan yang besar.

Sejatinya kopi berasal dari biji buah serupa *cherry*. Menurut pelaku bisnis sangrai kopi serta pelaku bisnis kedai kopi, biji kopi yang belum disangrai tidak mengeluarkan rasa kopi yang seperti biasa kita minum. Keunikan kopi itu sendiri yaitu rasa kompleks akan keluar setelah melalui proses penyangraian yang proper dengan variable-variabel tertentu.

Proses penyangraian kopi tidak bisa dilakukan sembarangan. Proses tersebut harus memiliki tahapan-tahapan tertentu, dengan metode-metode terbaik, serta didukung oleh biji-biji mentah berkualitas dan harus dilakukan oleh penyangrai yang profesional dan memiliki *feel* yang tepat. Kombinasi rasa asam, manis, pahit maupun rasa-rasa yang terkandung dalam biji kopi tersebut harus dikembangkan sedemikian rupa agar bisa menghasilkan kopi yang unik dan berkualitas.

Brewisely Coffemate merupakan sebuah usaha dengan konsep *Coffee Integrated* yang mulai berkembang. Dengan beberapa konsep segar yang ditawarkan seperti Kedai Kopi, Konsultan Kopi, *Mobile Coffee Corner*, maupun produsen kopi kemasan. Kebutuhan yang besar akan suplai kopi yang berkualitas, serta kebutuhan akan 'keunikan' membuat pemilik dari *Brewisely Coffemate* memunculkan wacana untuk membuat sebuah unit bisnis baru yaitu Penyangraian kopi *(Coffee Roastery).*

Berdasarkan latar belakang serta fenomena yang terjadi, penulis melakukan penelitian mengenai **"ANALISIS KELAYAKAN PEMBANGUNAN UNIT BISNIS SANGRAI KOPI PADA USAHA *BREWISELY COFFEEMATE* DITINJAU DARI ASPEK PASAR, ASPEK TEKNIS DAN ASPEK FINANSIAL"**

1.3 Perumusan Masalah

Menganalisis pembuatan unit bisnis sangrai kopi pada usaha *Brewisely Coffeemate* di Kota Depok dapat dilihat dari berbagai aspek, yaitu:

a. Bagaimana analisis pembangunan unit bisnis sangrai kopi pada usaha *Brewisely Coffeemate* dilihat dari aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial ?
b. Bagaimana analisis sensitivitas usaha investasi pembangunan unit bisnis sangrai kopi pada usaha *Brewisely Coffeemate*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, ditetapkan tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

a. Mengetahui besarnya pasar dari pembangunan unit bisnis sangrai kopi pada usaha *Brewisely Coffeemate*
b. Mengetahui manfaat pembangunan unit bisnis sangrai kopi pada usaha *Brewisely Coffeemate* dengan melihat aspek teknis dan aspek finansial.

c. Mengetahui tingkat kelayakan investasi pembangunan unit bisnis sangrai kopi pada usaha *Brewisely Coffeemate* dilihat dari *Net Present Value*, *Internal Rate of Return* dan *Pay Back Period*.

d. Mengetahui tingkat sensitivitas dari investasi pembangunan unit bisnis sangrai kopi pada usaha *Brewisely Coffemate.*

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, diantaranya adalah:

a. Membantu pihak investor untuk mengetahui kelayakan pembangunan unit bisnis sangrai kopi pada usaha *brewisely coffeemate* melalui berbagai analisa yang telah dilakukan.

b. Sebagai acuan bagi pihak investor mengenai keputusan investasi yang akan diberikan.

1.5.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan berguna secara aspek teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan memberikan sumbangan informasi bagi para masyarakat umum sehingga dapat memperkaya dan mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan, khususnya di bidang *entrepreneurship*.

1.5.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan berguna secara aspek praktis

a. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman penelitian serta menguji kemampuan analisis masalah berdasarkan teori yang pernah didapat *study*, khususnya di bidang *entrepreneurship*.

b. Bagi Mahasiswa

Memberikan gambaran tentang pembuatan skripsi, khususnya yang berkaitan dengan analisis kelayakan pembangunan unit bisnis yang ditinjau dari aspek pasar, teknis dan finansial.

c. Bagi Universitas

Dapat menambah dan memperkaya hasil-hasil penelitian, khususnya yang berkaitan tentang analisis kelayakan pembangunan unit bisnis dan *entrepreneurship*.

d. Bagi Investor

Dapat melihat peluang serta kelayakan yang tersedia dalam pembangunan unit bisnis sangrai kopi pada bidang usaha kedai kopi.

e. Bagi Masyarakat Umum

Sebagai acuan yang dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta diharapkan menambah motivasi masyarakat untuk berwirausaha.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam pelakasanaan, penulis merumuskan ruang lingkup penelitian agar peneliatan ini tidak melebar dan tepat sasaran

1.6.1 Lokasi dan Objek Penelitian

a. Penelitian dilakukan di kota Depok, Jawa Barat
b. Analisis pasar dilakukan di kota Depok, Jawa Barat
c. Suku bunga, inflasi dan kondisi ekonomi lainnya di anggap normal dan stabil selama penelitian ini berlangsung.
d. *Interest* dianggap stabil selama penelitian dilakukan

1.6.2 Waktu dan Periode Penelitian

a. Penelitian ini dilakukan terhitung pada tanggal 30 Agustus 2017
b. Periode penelitian ini dilakukan selama 5 bulan yang di targetkan pada bulan Desember 2017 selesai.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian dari latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pembatasan dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian

Pada bab ini diuraikan teori-teori pendukung yang berhubungan dengan penelitian analisis kelayakan usaha yang dari penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Merupakan bagian yang menjelaskan tahapan dalam memecahkan masalah dalam penelitian guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Merupakan tahapan yang berisi mengenai proses pengumpulan serta pengolahan seluruh data yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini.

BAB V Analisis

Merupakan bagian yang menjelaskan analisis terhadap data yang digunakan dalam penelitian.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Merupakan akhir dari penelitian yang memaparkan kesimpulan dari seluruh tahapan dan proses yang telah dilakukan dan saran untuk perbaikan bagi penelitian selanjutnya.