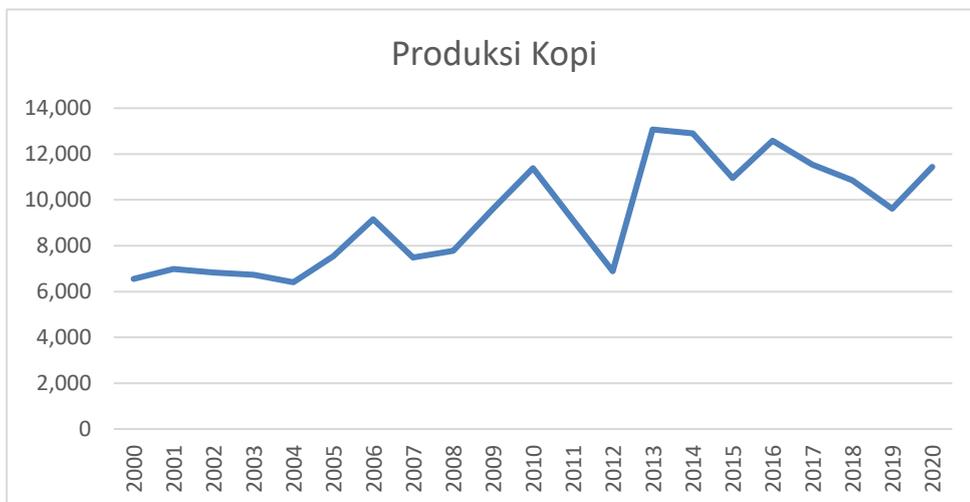


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Café merupakan sebuah prospek bisnis yang pada saat ini sedang sangat berkembang di kalangan anak muda. Banyak *Entrepreneurs* dari kalangan anak muda yang terjun pada industry *Café* atau dalam Bahasa Inggris nya *Coffee Shop*. Hal ini dikarenakan prospek yang menjanjikan, pasar yang relatif lebih luas, perputaran modal yang lebih singkat dan masih banyak lagi. Konsumen kopi di Indonesia telah meningkat sebesar 44,2% selama 1 dekade terakhir ini, yaitu pada 2010 hingga 2020 (*International Coffee Organization, 2021*). Dengan data tersebut, kaula muda bahkan orang yang sudah berumur pun tertarik dengan prospek *Coffee Shop* ini.

Meningkatnya pasar *Coffee Shop* juga didukung dengan jumlah penjualan kopi yang ada di Indonesia dari berbagai daerah dengan ciri khas nya masing masing. Kopi juga dinilai memiliki berbagai macam khasiat didalamnya. Kopi merupakan kebutuhan yang memiliki khasiat untuk kesehatan yaitu dapat mengurangi resiko diabetes, sebagai pembangkit stamina, mengurangi sakit kepala dan melegakan nafas (Budiman, 45: 2012). Dengan banyak nya pecinta kopi, petani pun harus menyesuaikan kembali lahan serta strategi produktifitas kopi agar dapat mengimbangi peningkatan pasar kopi yang terus menaik di kalangan masyarakat hingga saat ini.



Gambar I. 1 Data Penjualan Kopi

Gambar I.1 memperlihatkan data statistik tingkat penjualan kopi di Indonesia pada tahun 2000 hingga 2020. Terdapat beberapa fluktuasi pada tabel tersebut. Namun jika dibandingkan pada 2 dekade yang lalu, tingkat penjualan kopi telah meningkat sebesar 74% dimana pada awalnya angka produktifitas kopi sebesar 6.557 dan pada tahun 2020 menyentuh angka 11.433 (*International Coffee Organization*, 2021). Selain itu juga lahan pertanian kopi di Jawa Barat sendiri telah meningkat sebesar 5,99% pada tahun 2017 hingga 2021 (Direktorat Jendral Perkebunan, 2021).

Dengan meningkatnya pasar pada prospek *Coffee Shop* di Indonesia mengakibatkan persaingan yang semakin ketat pula. Tercatat pada tahun 2016, kedai kopi atau *Coffee Shop* yang ada di Indonesia berjumlah pada kisaran 1.000 gerai saja namun pada tahun 2019 melambung tinggi ke angka 2.950 gerai di seluruh nusantara (Toffin & MIX MarComm, 2019). Angka ini menunjukkan kenaikan sebesar 195% hanya dalam kurun waktu 3 tahun. Angka tersebut terus naik hingga saat ini. Persaingan pun semakin ketat bukan hanya untuk *Coffee Shop* perseorangan, gerai kopi ternama pun merasakan persaingan ini dimana bangkitnya competitor competitor baru yang dapat menggarap pasar lebih banyak dengan segala keunikan serta inovasi yang diberikan kepada pasar kopi yang terus berkembang ini.

Untuk mengimbangi persaingan dagang dalam industri *Coffee Shop* ini, tiap *owner* harus memutar otak secara terus menerus agar dapat tetap *survive* dalam industri ini. Tiap pemilik gerai kopi harus dapat menentukan apakah dia akan mengikuti perkembangan *trend* atau justru mereka sebagai pelopor pembuat *trend* itu sendiri. Perlu analisis strategi serta pengambilan langkah yang tepat untuk melakukan pengembangan *Coffee Shop* tiap *owner* di seluruh Indonesia. Banyak langkah-langkah yang telah dilakukan pada pemilik *Coffee Shop* dalam upaya meningkatkan penjualan mereka salah satunya dengan mengembangkan tempat mereka agar memiliki nilai estetika yang lebih. Menurut Sahro, Manajer *Marketing Coffee Bean & Tea Leaf* pada tahun 2012; Saat ini telah terjadi pergeseran pasar, dimana mereka yang pada umumnya minum kopi di hotel berbintang, namun saat ini mereka beralih ke *Coffee Shop*. Hal ini dimungkinkan karena pasar ingin mencari nuansa serta suasana yang baru yang tidak dapat ditawarkan oleh hotel. Dengan begitu tata letak ruang serta atmosfer *Coffee Shop* sangat berperan penting disini guna mengajak *customer* kembali ke gerai mereka di hari-hari selanjutnya. Selain tata letak yang

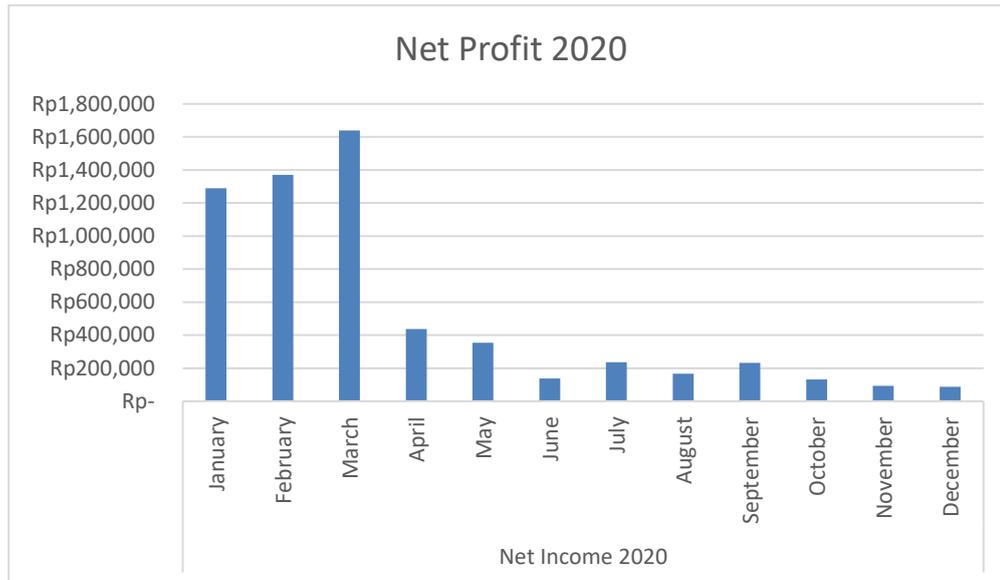
menarik, pelayanan yang diberikan pun harus maksimal. Hal ini sangatlah penting, dimana banyak nya *Coffee Shop* yang sudah memaksimalkan segala upaya namun tidak melihat kualitas pelayanan yang diberikan, yang membuat banyaknya *potential market* menghilang begitu saja dan menyianyiakan kesempatan yang ada.



Gambar I. 2 Logo Lama Bekade *Coffee*

Gambar I.2 merupakan logo Bekade *Coffee*, yaitu sebuah kedai kopi yang terletak di Jalan Ternate No.2, Citarum, Kecamatan Bandung Wetan, Bandung. BeKaDe *Coffee* sangat persis terletak pada kantin Graha Kepegawaian Daerah Provinsi Jawa Barat, yang membuat kedai kopi kami mengalami kelemahan, yaitu dari lokasi. Lokasi yang kurang strategis menjadi penghambat untuk melebarkan pasar kami, membuat kami hanya dapat mengambil keuntungan dari pembeli yang dari kantor atau pemesan *online*.

BeKaDe *Coffee* sendiri berdiri tahun 2020 dengan rata-rata laba bersih Rp 500.000 hingga Rp 1.500.000 per bulan. Namun tidak semua bulan seperti itu, pada awal pembukaan dan pada saat ada acara di kantor, laba bersih tersebut bisa berkali kali lipat bahkan pernah laba bersih bersih per hari bisa menyentuh angka Rp 1.500.000. Namun pada 3 kuartal terakhir pendapatan Bekade menurun. Hal ini kami yakini dikarenakan menurunnya antusiasme pembeli untuk membeli produk dari Bekade *Coffee*. Selain menurunnya antusiasme dari target pasar Bekade *Coffee* itu sendiri, target pasar yang terlalu sempit yaitu para pegawai BKD Kota Bandung menjadi penyebab menurunnya laba bersih penjualan dari Bekade *Coffee*.



Gambar I. 3 Data *Net Profit* 2020

Dapat dilihat pada Gambar I.3 Bekade *Coffee* memiliki penjualan yang cukup baik pada awal pembukaannya. Namun seiring berjalannya waktu, BeKaDe *Coffee* mengalami penurunan penjualan tiap bulannya diakibatkan terjadinya pandemi *Covid 19*. Dengan adanya pandemi ini, Bekade *Coffee* harus menutup gerainya pada akhir tahun 2020. Selain diterjang pandemi, pendapatan Bekade *Coffee* yang terletak di kantin Balai Kepegawaian Daerah dinilai masih minim untuk keberlangsungan usaha kedai kopi agar dapat *sustain* dan bersaing dengan industri *F&B* di bidang yang sama. Jika kita lihat keuntungan Bekade *Coffee* selama awal pembukaannya memang mengalami kenaikan, namun jumlah tersebut masih cukup kurang untuk melakukan pengembangan usaha secara masih masif, oleh karena itu, *stakeholder* Bekade *Coffee* memanfaatkan waktu rehat yang mereka alami selama pandemi untuk menentukan lokasi baru untuk Bekade *Coffee*.

Dasar perpindahan ini juga sebagai langkah strategis untuk meningkatkan pendapatan dari Bekade *Coffee* dengan memulai kembali usaha tersebut dari awal, variasi menu yang baru serta desain yang baru. Oleh karena itu diperlukannya analisis apakah usaha ini dapat *sustain* dalam industri *food and beverage* yang tergolong kompetitif terutama pada usaha *Coffee shop* yang sudah banyak tersebar pada setiap sudut kota Bandung. Dengan persaingan yang tinggi serta pengalaman kegagalan sebelumnya pada usaha Bekade *Coffee*, dibangunnya Bekade *Coffee*

yang baru serta relokasi ke tempat yang lebih strategis dengan pangsa pasar yang lebih banyak, harus didasarkan analisis kelayakan usaha untuk mengestimasi layaknya suatu usaha dari rencana bisnis tersebut dapat dinyatakan layak atau tidak. Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang usaha atau bisnis yang dilaksanakan dalam rangka menentukan layak atau tidaknya usaha tersebut dijalankan (Kasmir dan Jakfar, 2016).



Gambar I. 4 Logo Baru Bekade *Coffee*

Bekade *Coffee* yang sebelumnya sudah berjalan 1 tahun (di lokasi Jl. Ternate, di dalam Balai Kepegawaian Daerah Kota Bandung) namun dengan diterjangnya pandemi, Bekade *Coffee* harus vakum terlebih dahulu pada awal tahun 2021 hingga tahun 2023 awal dengan relokasi tempat yang baru yang terletak di SPORt Jabar (Jl. Pacuan Kuda, Sukamiskin, Kec. Arcamanik, Kota Bandung, Jawa Barat 40293) yang lebih strategis. Berjalan nya Bekade *Coffee* yang baru ini memiliki tantangan tersendiri dengan segmen pasar yang jauh berbeda dan *customer needs* yang berbeda pula. Dimana pada lokasi awal bekade yang pangsa pasarnya adalah karyawan PNS sedangkan pada lokasi yang baru memiliki pasar yang jauh lebih bervariasi namun secara keseluruhan merupakan pelanggan berupa karyawan kantor yang berkerja di Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat dan masyarakat yang menggunakan fasilitas disana.

Dengan dimulainya usaha Bekade *Coffee* yang baru ini, dengan lokasi yang baru, jadi tantangan tersendiri kepada pihak *stakeholder* untuk melakukan riset lebih dalam terhadap kelayakan pembukaan Bekade *Coffee* dengan lokasi yang baru, selain itu juga perlu dilakukannya riset mendalam untuk mencegah kerugian dan

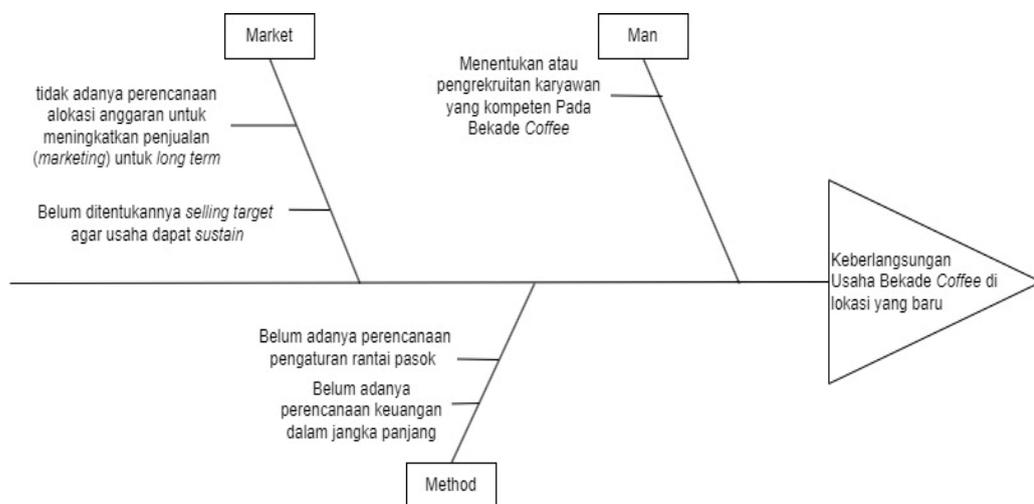
dapat menjalankan usaha tersebut dengan *sustain* dan akan lebih baik juga nantinya dapat dilakukan perkembangan usaha dengan cara *expansion* usaha yaitu pembukaan cabang atau membesarkan nama usaha tersebut menjadi lebih besar dengan melakukan *branding* yang kuat, namun yang menjadi tujuan utamanya saat ini yaitu dengan menguji kelayakan usaha tersebut.

Permasalahan yang dialami pada Bekade *Coffee* juga yaitu terdapat pada perekrutan karyawan atau *staff* keahlian seperti barista. Tenaga ahli ini merupakan kunci utama dalam industri *food & beverage*, oleh karena itu, pentingnya merekrut karyawan yang telaten, ahli pada bidangnya. Tentu tidak sembarang dalam rekrutasi karyawan barista ini, perlu tahapan serta uji keahlian terhadap calon rekrutan tersebut.

Selling target menjadi kunci utama dalam menyatakan kesuksesan suatu usaha, perlu dilakukannya riset serta studi kelayakan dalam menentukan target penjualan yang ideal. Dengan relokasinya usaha ini, sangat penting tentunya untuk menentukan target penjualan yang akurat, target penjualan yang tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah. Tentunya target tersebut pastinya harus mengalami penyesuaian setiap waktunya, sebagai contoh, jika penjualan mengalami kenaikan yang konstan, perlu disesuaikan kembali target penjualannya agar pendapatan lebih maksimal, begitupun sebaliknya.

Perlu dilakukannya riset mendalam terkait ketertarikan varian *beverage* yang pelanggan inginkan, Riset ini berguna untuk menentukan target penjualan serta penyesuaian *inventory* agar alokasi dana serta storage penyimpanan dapat lebih efisien. Dengan diketahuinya *beverage* yang paling laku, Bekade *Coffee* dapat melakukan inovasi minuman yang lebih bervariasi dengan klasifikasi menu yang serupa guna untuk meningkatkan penjualan dan dapat menentukan target penjualan yang diinginkan. Selain itu juga, perlu dilakukannya alokasi anggaran untuk pemasaran guna membangun *brand* yang lebih kuat dikalangan Masyarakat. Dengan adanya alokasi dana untuk pemasaran ini, dapat diketahui nantinya keberlangsungan usaha ini apakah dapat dinyatakan layak atau tidaknya dengan sebandingnya pengeluaran *marketing* dengan pendapatan dari penjualan Bekade *Coffee*.

Dengan permasalahan yang sudah ada sebelumnya, permasalahan selanjutnya memiliki pokok permasalahan yang serupa juga, yaitu dalam pengembangan perencanaan *supply chain* dalam bisnis kedai kopi di Bekade Coffee. Pentingnya perencanaan ini guna mengurangi pembelian yang berlebihan yang dinilai tidak perlu dan mengakibatkan penumpukan *stock inventory* pada Bekade Coffee yang mengakibatkan kualitas produk yang dihasilkan menurun. Pada bisnis *food and beverage* sanget penting untuk menjaga kualitas suatu produk agar sesuai dengan standar dan menghasilkan produk yang konsisten. Permasalahan selanjutnya, dengan kurangnya perencanaan anggaran serta strategi bisnis yang berkepanjangan, Bekade Coffee dinilai belum memiliki visi yang jauh kedepan dalam menjaga usaha tersebut agar dapat *sustain* dan berkembang untuk kedepannya. Dalam jangka waktu yang pendek (rentan waktu 1 tahun) mungkin memang usaha tersebut dapat bertahan tanpa adanya analisis serta perencanaan bisnis, namun untuk menjaga usaha tersebut agar dapat berjalan serta maju kedepannya, perlu penilaian serta pengambilan langkah yang tepat agar usaha tersebut dapat berkembang.



Gambar I. 5 Diagram *Fishbone*

Berdasarkan permasalahan yang terlihat pada Gambar I.5, dapat ditentukan alternatif solusi pada Tabel I.1.

Tabel I. 1 Daftar Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	Belum ditentukannya <i>selling target</i> agar usaha dapat <i>sustain</i>	Identifikasi <i>market breakdown</i> dalam menentukan <i>selling target</i> pada Bekade <i>Coffee</i>
2	tidak adanya perencanaan alokasi anggaran untuk meningkatkan penjualan (marketing) untuk long term	Analisis kelayakan usaha dari perbaikan perancangan bisnis pada Bekade <i>Coffee</i>
3	Belum adanya perencanaan keuangan dalam jangka panjang	
4	Belum adanya perencanaan pengaturan rantai pasok	
5	Menentukan atau perekrutan karyawan yang kompeten Pada Bekade <i>Coffee</i>	Perancangan penentuan indikator serta kompetensi calon karyawan pada Bekade <i>Coffee</i>

Dari Tabel I.1 tersebut, dapat dilihat 5 akar masalah yang terjadi pada Bekade *Coffee*, dari akar masalah yang ada, ditemukan 3 potensi solusi. Potensi solusi yang diperoleh yaitu “Identifikasi *market breakdown* dalam menentukan *selling target* pada Bekade *Coffee*” serta “Analisis kelayakan usaha dari perbaikan perancangan bisnis pada Bekade *Coffee*” dan “Perancangan penentuan indikator serta kompetensi calon karyawan pada Bekade *Coffee*”. Dengan pertimbangan dampak dari pemecahan masalah pada akar masalah yang ada pada Bekade *Coffee*, potensi solusi “Analisis kelayakan usaha dari perbaikan perancangan bisnis pada Bekade *Coffee*” memiliki dampak yang lebih besar dikarenakan memecahkan akar masalah yang lebih banyak dan signifikan yang ada pada Bekade *Coffee*.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kelayakan usaha pada aspek pasar di lokasi Bekade *Coffee* yang baru berdasarkan *forecasting* yang dilakukan menggunakan data historikal yang ada?

2. Bagaimana kelayakan pada aspek legalitas pada Bekade *Coffee* apakah sudah sesuai dengan peraturan serta undang-undang yang diterapkan?
3. Bagaimana tanggung jawab serta *job desc* dari tenaga kerja pada Bekade *Coffee* memumpuni untuk melaksanakan bisnis pada lokasi yang baru?
4. Bagaimana kelayakan usaha pada aspek teknis berdasarkan kebutuhan dan ketersediaan bahan baku, peralatan serta tenaga kerja dan desain tata letak pada kedai kopi Bekade *Coffee* yang baru?
5. Menentukan kelayakan usaha pada aspek finansial di lokasi Bekade *Coffee* yang baru?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan kelayakan usaha pada aspek pasar di lokasi Bekade *Coffee* yang baru apakah sudah memenuhi berdasarkan *forecasting* yang dilakukan menggunakan data historikal yang ada.
2. Menentukan kelayakan pada aspek legalitas pada Bekade *Coffee* apakah sudah sesuai dengan peraturan serta undang-undang yang diterapkan.
3. Menentukan tanggung jawab serta *job desc* dari tenaga kerja pada Bekade *Coffee* memumpuni untuk melaksanakan bisnis pada lokasi yang baru.
4. Menentukan kelayakan usaha pada aspek teknis berdasarkan kebutuhan dan ketersediaan bahan baku, peralatan serta tenaga kerja dan desain tata letak pada kedai kopi Bekade *Coffee* yang baru.
5. Menentukan kelayakan usaha pada aspek finansial di lokasi Bekade *Coffee* yang baru.

I.4 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi usaha yang diteliti yaitu dapat menentukan kelayakan pembuatan usaha tersebut.
2. Manfaat yang didapatkan bagi usaha yaitu dapat melihat proyeksi usaha dengan asumsi yang dibuat.
3. Manfaat bagi Bekade *Coffee* yang dapat dijadikan pedoman dalam melakukan pengambilan keputusan dalam perbaikan suatu usaha.

4. Manfaat bagi usaha yang diteliti yaitu dapat melihat secara rinci faktor penentu keberlangsungan secara lebih mendetail.

I.5 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Pada bab 1 tugas akhir ini berisikan uraian dengan singkat. BAB I terdiri dari latar belakang penelitian, alternatif solusi, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Pada BAB 2 berisikan kumpulan kumpulan literatur terkait permasalahan serta penyelesaian dari permasalahan yang ada di latar belakang. Selain itu juga terdapat pemilihan teori terkait penyelesaian masalah yang akan digunakan dalam penelitian tugas akhir ini.

BAB III Metodologi Penyelesaian

Pada bab 3 ini berisikan uraian metode/tahapan yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan sistematika perancangan, batasan dan asumsi, identifikasi komponen sistem terintegrasi, dan rencana waktu penyelesaian.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab 4 ini berisikan hasil dari pengumpulan data yang sudah dilakukan untuk melakukan penelitian tugas akhir ini. Selanjutnya terdapat pengolahan data dimana data yang sudah terkumpul akan dikaji dan dilakukan proses pengolahan untuk mencapai hasil dan tujuan dari penelitian tugas akhir ini.

BAB V Analisis dan Evaluasi Hasil Perancangan

Pada bab 5 berisikan hasil analisis serta evaluasi dari hasil perancangan yang akan dilakukan dalam pengerjaan penelitian tugas akhir.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab 6 ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan serta saran dalam penelitian selanjutnya.