

BAB I

PENDAHULUAN

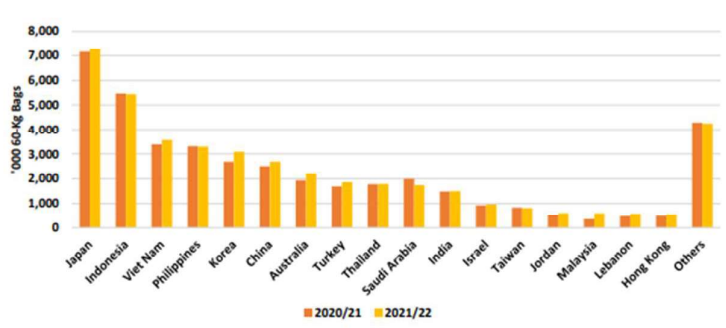
1.1 Latar Belakang Penelitian

Berbicara mengenai kekayaan alam, Indonesia memiliki begitu banyak sumber daya alam dengan berbagai macam jenis. Salah satu anugerah sumber daya alam melimpah yang dimiliki Indonesia adalah kopi. Sebagai negara penghasil kopi terbesar ketiga di dunia setelah Brazil dan Vietnam, Indonesia tercatat telah menghasilkan sebanyak 794,8 ribu ton kopi pada tahun 2022. Meskipun jumlah produksi kopi dari tahun ke tahun didominasi oleh peningkatan, angka ini menempati jumlah produksi kopi tertinggi jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Sebagai perbandingan, produksi kopi Indonesia berada di angka 786,2 ribu ton pada tahun 2021 dan 762,4 ribu ton pada tahun 2020. Sementara itu, penurunan jumlah produksi kopi terjadi pada 2018-2019 meskipun angkanya tidak terlalu signifikan, yakni dari 756 ribu ton menjadi sekitar 752,5 ribu ton. Perbandingan jumlah produksi kopi di Indonesia terlihat cukup signifikan pada tahun 2017, yakni berada di angka 716,1 ribu ton, dimana angka ini juga merupakan angka produksi kopi terendah jika dibandingkan pada tahun-tahun setelahnya (Admin, 2023).



Gambar 1 Statistik Produksi Kopi Indonesia Tahun 2017-2022
Sumber: INDONESIA.GO.ID

Kementerian Luar Negeri melalui *website*-nya mencatat bahwa tujuan utama ekspor kopi Indonesia adalah Amerika Serikat, Mesir, Jepang, Spanyol, dan Malaysia dengan pendapatan mencapai USD 1,15 miliar per 2022. Hasil produksi kopi Indonesia tidak hanya dimanfaatkan untuk kegiatan ekspor, namun juga dimanfaatkan di dalam negeri. Oleh karena itu, banyaknya hasil produksi kopi di Indonesia juga mempengaruhi tingkat konsumsi kopi dalam negeri. Data dari International Coffee Organization menyatakan bahwa tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia terbilang cukup tinggi. Dalam lingkup Asia Pasifik, tingkat konsumsi kopi Indonesia menempati urutan tertinggi kedua setelah Jepang dengan perkiraan mencapai sekitar 5,5 juta kantong kopi ukuran 60kg per tahun sejak 2020 hingga 2022 (International Coffee Organization (ICO), 2023).



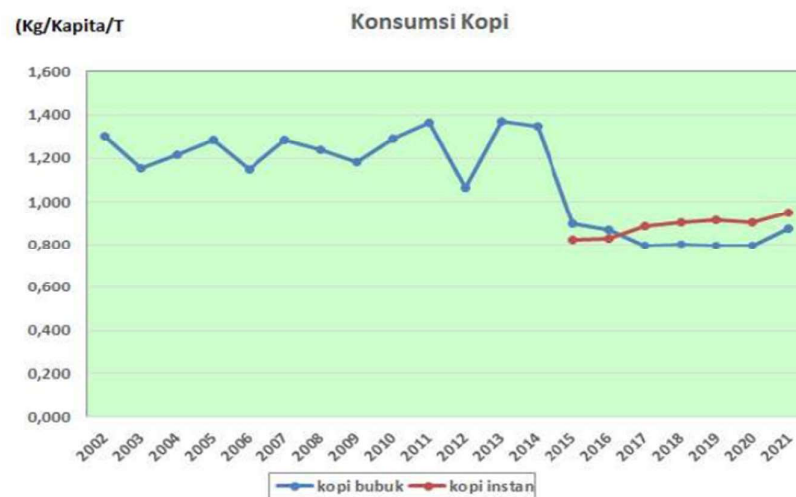
Gambar 2 Tingkat Konsumsi Kopi Asia & Pasifik
 Sumber: International Coffee Organization

Tidak hanya itu, Kementerian Pertanian melalui Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian juga memprediksi tingkat konsumsi kopi di Indonesia tahun 2022-2026. Estimasi ini menggunakan perhitungan dari produksi kopi dikurangi dengan net ekspor-impor kopi. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa estimasi tingkat konsumsi kopi di Indonesia diperkirakan akan mengalami peningkatan dari tahun 2022 hingga 2026 dengan rata-rata kenaikan sebesar 0,83% per tahun.

Seiring berjalannya waktu, kopi tidak lagi hanya dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia yang dibuat di rumah secara konvensional saja, tetapi juga dalam bentuk kopi *ready to drink* (RTD) yang tersedia dengan berbagai

macam merek dan jenis di tempat-tempat perbelanjaan, baik itu toko swalayan hingga warung-warung kecil. Hal ini mengindikasikan kebiasaan minum kopi masyarakat Indonesia semakin bergeser ke arah yang lebih praktis.

Dilansir dari Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, konsumsi kopi bubuk di Indonesia sempat mengalami penurunan drastis pada tahun 2014-2015. Meskipun demikian, data konsumsi kopi instan yang baru muncul sejak tahun 2015 menunjukkan peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun dengan rata-rata peningkatan sebesar 2,40% per tahun (Pusdatin, 2020).



Gambar 3 Konsumsi Kopi Per Kapita Per Tahun di Indonesia
Sumber: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian

Tingkat konsumsi kopi yang secara garis besar mengalami peningkatan tidak lepas dari adanya bisnis *coffee shop* yang menjamur di dalam negeri. Sebut saja salah satu *platform* bisnis dalam industri kopi di Indonesia, yakni Toffin, pada 2019 silam melakukan sebuah riset independen mengenai jumlah gerai kedai kopi yang ada di Indonesia. Berdasarkan riset tersebut, diketahui bahwa per Agustus 2019 ada lebih dari 2.950 gerai kedai kopi yang sudah berdiri di seluruh Indonesia. Angka tersebut bahkan meningkat hampir tiga kali lipat jika dibandingkan dengan jumlah gerai kedai kopi yang ada di Indonesia pada tahun 2016. Menurut Asosiasi Pengusaha Kopi dan Cokelat Indonesia (APKCI), per tahun 2023 jumlah kedai kopi yang ada di seluruh Indonesia akan mencapai angka 10.000. Pertumbuhan bisnis kedai kopi memang terjadi secara

masif, mengingat *nongkrong* di kedai kopi telah menjadi kebiasaan bahkan kian bergeser menjadi sebuah gaya hidup bagi sebagian besar kalangan anak muda yang menjadi target pasar kebanyakan bisnis *coffee shop* (Laucereno, 2023). Tidak heran apabila pertumbuhan *coffee shop* di provinsi tertentu di Indonesia mengalami pertumbuhan yang lebih cepat apabila dilihat dari gaya hidup sebagian besar anak mudanya seperti Jawa Barat.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) melalui website OPEN DATA JABAR memaparkan statistik jumlah *café* dan kedai kopi yang ada di Provinsi Jawa Barat tercatat telah mencapai angka 1.539 per 2021. Sementara itu, jumlah kedai kopi yang berada di Bandung selaku ibu kota dari provinsi Jawa Barat tercatat ada sebanyak 582 per 2022. Penurunan jumlah kedai kopi yang beroperasi di Bandung sempat terjadi pada tahun 2021, yakni sebanyak 27 gerai. Hal ini tidak lepas dari pengaruh pandemi COVID-19 yang sempat membuat lemah kondisi perekonomian akibat kebijakan *lockdown*. Meskipun demikian, pemulihan keadaan sejak pandemi berlangsung cukup cepat terlihat dari penambahan kedai kopi di Kota Bandung yang mencapai hampir tiga kali lipat pada tahun 2022.



Gambar 4 Pertumbuhan *Coffee Shop* di Kota Bandung
Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Banyaknya jumlah gerai *coffee shop* di Kota Bandung tidak hanya didominasi oleh perusahaan berskala besar seperti Starbucks dan Janji Jiwa, melainkan juga oleh para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu tim dari laboratorium dan pusat pendidikan kopi “5758 Coffee Lab”, Andi K. Yuwono, dilansir dari Kumparan mengatakan, usaha

kedai kopi didominasi oleh sektor informal UMKM. Menurut Andi, di Kota Bandung sendiri telah ada sekitar 600 kedai kopi berdasarkan data kasar yang dimilikinya (Opaper, 2023). Adapun salah satu kedai kopi yang termasuk dalam golongan UMKM di Kota Bandung adalah Nomo Coffee. Kedai kopi ini memiliki lokasi yang cukup strategis, yakni di tengah-tengah Kota Bandung, tepatnya di Jalan Ambon No. 16.



Gambar 5 Nomo Coffee

Sumber: Akun Instagram @nomo.coffee

Nomo Coffee merupakan usaha kedai kopi milik sebuah keluarga yang telah berdiri selama lima tahun sejak Januari 2019. Berawal dari menjual kopi literan yang hanya diproduksi di rumah, pemilik kemudian menyewa tempat yang menjadi awal mula berdirinya *coffee shop* ini. Sejak saat itu, Nomo Coffee tercatat telah mempekerjakan puluhan karyawan yang seiring berjalannya waktu telah mengalami pergantian. Hingga pada saat penelitian ini dilaksanakan, ada enam pegawai yang masih aktif bekerja di Nomo Coffee dengan formasi dua orang berada di tim *marketing*, satu orang *head barista*, sementara sisanya bekerja sebagai barista dimana penulis juga merupakan salah satu di antaranya.

Nomo Coffee sendiri berada dekat dengan GOR Saparua yang hanya berjarak kurang lebih 800 meter. Hal inilah yang menjadi keistimewaan bagi Nomo Coffee. Lokasinya yang berada di sekitar pusat keramaian membuat Nomo Coffee lebih mudah dijangkau oleh anak-anak muda dan komunitas sesuai dengan target pasar mereka. Selain itu, harga sewa tempat yang didapat oleh Nomo Coffee di Jalan Ambon hanya sebesar Rp54.000.000 setiap tahunnya. Hal ini menambah keistimewaan pada Nomo Coffee karena biaya sewa yang diperoleh terbilang cukup murah untuk lokasi strategis bagi sebuah usaha kedai kopi sehingga membuat jumlah investasi usaha ini tidak begitu besar.

Meskipun demikian, salah satu penyebab utama kegagalan dalam bisnis *coffee shop* secara umum adalah kurangnya analisis kelayakan bisnis yang komprehensif, terutama dari aspek finansialnya. Penulis yang juga merupakan salah satu di antara tiga orang yang bekerja sebagai barista di Nomo Coffee, sedikit banyak mengetahui keuangan dan kondisi *coffee shop* ini secara langsung. Seperti pada penghujung 2023, Nomo Coffee sempat mengalami tantangan berupa sepi pengunjung yang berpengaruh pada keuangan mereka akibat pendapatan yang menurun.

Dengan adanya penelitian mengenai analisis kelayakan bisnis yang berfokus pada aspek finansial, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pihak Nomo Coffee dalam mengambil keputusan yang tepat untuk menghadapi tantangan finansial dan meminimalkan risiko kegagalan bisnis. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan menganalisis keuangan bisnis yang akan menghasilkan penilaian terkait layak atau tidaknya bisnis Nomo Coffee untuk tetap dijalankan. Penelitian berjudul “Analisis Kelayakan Bisnis UMKM Ditinjau dari Aspek Keuangan (Studi Pada Nomo Coffee)” ini akan memaparkan mengenai kelayakan bisnis Nomo Coffee ditinjau dari kondisi keuangan usaha serta analisis sensitivitas keuangan mereka.

1.2 Batasan Masalah

Adapun yang menjadi batasan-batasan masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Penelitian hanya dilakukan pada UMKM bernama Nomo Coffee selama kurang lebih 4 bulan, dari Oktober 2023 sampai Januari 2024.
2. Pengambilan data laporan keuangan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan Nomo Coffee selama 5 tahun terakhir (2019-2023).
3. Analisis kelayakan bisnis hanya ditinjau melalui aspek keuangan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, terdapat dua rumusan masalah yang akan dijadikan fokus utama dalam penelitian, yakni:

1. Bagaimana hasil analisis kelayakan bisnis pada Nomo Coffee ditinjau dari aspek keuangan?
2. Bagaimana hasil analisis sensitivitas keuangan pada Nomo Coffee?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hasil analisis kelayakan bisnis pada Nomo Coffee ditinjau dari aspek keuangan.
2. Untuk mengetahui hasil analisis sensitivitas keuangan pada Nomo Coffee.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait berupa:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat menjadi acuan dalam proses penelitian pada bidang kajian analisis kelayakan bisnis pada UMKM.
 - b. Dapat menjadi referensi untuk mengembangkan studi finansial pada bidang analisis kelayakan bisnis UMKM.
2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai studi kelayakan bisnis yang ditinjau melalui aspek keuangan.
- b. Bagi Nomo Coffee, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan serta menjadi masukan yang membantu dalam menjalankan bisnis kedepannya.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Adapun waktu dan periode dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Periode Penelitian

No.	Kegiatan	2023			2024					
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Pra riset									
2	Penentuan Judul									
3	Pembuatan BAB I									
4	Pembuatan BAB II									
5	Pembuatan BAB III									
6	<i>Desk Evaluation</i>									
7	Penyusunan BAB IV dan V									
8	Pendaftaran Sidang Skripsi									
9	Sidang Skripsi									

Sumber: Data Olahan Penulis