

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kopi menjadi salah satu komoditas yang banyak dibudidayakan di lebih dari 50 negara. Salah satu penghasil biji kopi terbaik adalah Indonesia. Banyak daerah di Indonesia yang mulai membudidayakan tanaman kopi ini dengan karakteristik yang berbeda – beda. Mulai dari Aceh dengan Kopi Gayo hingga Flores dengan Kopi Flores Bajawa.

Tanaman Kopi memiliki dua jenis spesies utama, yaitu *Arabica*, dan *Robusta*. Setiap jenis kopi ini memiliki karakter dan keunikannya masing – masing. *Arabica* merupakan jenis kopi tradisional terbaik. Jenis kopi ini secara umum dapat tumbuh di iklim tropis atau subtropis dengan ketinggian 600 – 2000 meter di atas permukaan laut. Sedangkan *Robusta* adalah jenis kopi yang dikenal sebagai biji kopi kelas 2 karena rasanya yang lebih pahit dan memiliki kadar kafein yang lebih tinggi. Kopi *Robusta* dapat tumbuh di ketinggian 800 meter di atas permukaan laut dan memiliki ketahanan yang kuat terhadap hama sehingga harga kopi jenis ini memiliki harga yang relatif lebih murah.

Kota Garut adalah salah satu kota yang sangat cocok untuk bercocok tanam. Mulai dari kondisi tanah hingga iklim membuat Kota Garut menjadi tempat yang strategis. Khususnya untuk menanam tanaman kopi. Oleh sebab itu, pembudidayaan tanaman kopi di Kota Garut mulai berkembang.

Penulis memilih Perencanaan *Coffee Shop* dengan konsep *Edutainment* karena banyaknya petani yang membudidayakan tanaman kopi sehingga penulis tertarik untuk membuat *Coffee Shop* berkonsep *Edutainment* di Kota Garut karena belum ada tempat yang menyediakan Fasilitas *Edutainment* yang mengedukasi mengenai Pembudidayaan dan Pengolahan tanaman kopi di Kota Garut.

*Edutainment* adalah terminologi yang berasal dari kombinasi atau perpaduan antara kata *Education* dan *Entertainment*. Kata *Education* berarti Pendidikan sedangkan kata *Entertainment* berarti Hiburan. Secara terminologi, *Edutainment is a form of entertainment that is designed to be educational*, yang memiliki arti bahwa *Edutainment* adalah sebuah bentuk hiburan yang di desain untuk bersifat edukatif (Hamruni, 2009).

Dalam fasilitas *Edutainment* ini, penulis menggunakan konsep belajar aktif, dimana untuk memperoleh ilmu pelaku melakukan serangkaian kegiatan yang menimbulkan adanya interaksi. Dan Pasif, artinya pelaku memperoleh ilmu dengan melakukan kegiatan yang tidak menimbulkan interaksi secara langsung, melainkan pelaku harus memproses ilmu itu sendiri dengan membayangkan atau memikirkannya.

*Edutainment* ini bertujuan untuk mengedukasi pengunjung yang datang mengenai cara Pembudidayaan tanaman kopi, proses pengolahan biji kopi, hingga cara mengolah biji kopi yang diproses hingga menjadi minuman kopi yang siapdihidangkan. *Edutainment* ini memberikan edukasi kepada pengunjung dengan cara memberikan penjelasan mengenai tanaman kopi dan menyediakan media interaktif.

Dengan konsep bisnis inilah penulis Menyusun tugas akhir dalam bentuk perencanaan bisnis yang berjudul **“PERENCANAAN COFFEE SHOP DENGAN KONSEP EDUTAINMENT DI KOTA GARUT”**

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### **a. Deskripsi Bisnis**

Seribu Pintu merupakan nama dari usaha yang penulis akan jalani yaitu bisnis *coffee shop*. Usaha *coffee shop* merupakan usaha yang memiliki peluang yang baik. Usaha *coffee shop* memiliki pasar yang luas . Di mana, beragam kalangan menyukai untuk menikmati kopi di *coffee shop*. Dan tren menikmati kopi juga telah tumbuh menjadi minuman yang dianggap sebagai kebutuhan. Di Kota Garut ini, banyak *coffee shop* yang diminati oleh pengunjung namun tidak menawarkan fasilitas yang bersifat edukatif. Dalam hal ini, penulis menawarkan *coffee shop* dengan konsep unik yaitu *Edutainment* dimana *coffee shop* ini memiliki fasilitas yang bersifat edukatif untuk para pengunjung.

## b. Deskripsi Logo dan Nama

**Gambar 1.1**  
**Logo *Coffee Shop* Seribu Pintu**



Sumber : Olahan Penulis, 2021

Nama “Seribu Pintu” diambil dari keinginan penulis untuk membuka seribu pintu kesempatan bagi pengunjung untuk mendalami tumbuhan dan minuman kopi secara lebih dalam. Nama ini juga menyesuaikan dengan konsep di bidang arsitektur *coffee shop* ini yang menggunakan pintu dan jendela bekas sebagai aksesoris dekorasi dan furnitur. Logo dari *coffee shop* “Seribu Pintu” dilambangkan dengan gambar pintu dengan tulisan “Seribu Pintu”.

## c. Lokasi Pembuatan Perencanaan Usaha

Perencanaan usaha *Coffee Shop* dengan konsep *Edutainment* ini akan berlokasi di Jalan Raya Samarang, Tarogong, Kota Garut. Penulis memilih lokasi ini karena di lokasi ini tersedia lahan yang strategis untuk mendirikan sebuah *Coffee Shop*, dan dengan tersedianya

infrastruktur yang baik di daerah ini memudahkan pelanggan yang akan datang ke restoran akan lebih mudah. Berikut merupakan lokasi perencanaan bisnis *Coffee Shop* dengan konsep *Edutainment* :

**Gambar 1.2**  
**Lokasi Perencanaan *Coffee Shop* Seribu Pintu**



Sumber : *Google Maps*

### **C. Visi Dan Misi Dalam Berbisnis**

Setiap perusahaan membutuhkan visi dan misi untuk mendorong perusahaan tersebut untuk selalu maju kedepan dan berkontribusi kepada

masyarakat. Visi dan Misi juga berfungsi sebagai komitmen perusahaan untuk perusahaan itu sendiri kedepannya. Berikut adalah Visi dan Misi dari *coffee shop* “Seribu Pintu”

### **Visi**

“Menjadi *coffee shop* unggulan dan daya tarik bagi Kota Garut pada tahun 2026”

### **Misi**

- a. Mengedukasi pengunjung dalam bidang tanaman dan minuman kopi.
- b. Memperkenalkan dan memasarkan jenis kopi khas Kota Garut yang belum populer
- c. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang dipasarkan dan fasilitas *coffee shop* “Seribu Pintu”.

## **D. SWOT Analysis**

Jika akan membuat suatu perencanaan bisnis harus didukung dengan ide – ide inovasi dan konsep yang baru, lalu menganalisa 4 faktor ( kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman ) dari bisnis yang akan dibuat. Analisis SWOT merupakan suatu strategi yang bertujuan untuk mengevaluasi suatu kasus sehingga dapat menemukan solusi dari kasus tersebut. SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman).

Menurut Jogiyanto ( 2005 : 46 ), “SWOT digunakan untuk menilai kekuatan – kekuatan dan kelemahan – kelemahan dari sumber – sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan – kesempatan eksternal dan tantangan – tantangan yang dihadapi.” SWOT digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui peluang pasar

yang mereka miliki untuk mencapai keberhasilan dan keuntungan bagi perusahaan. Berdasarkan teori sebelumnya, maka analisis SWOT dari perencanaan bisnis *Coffee Shop* dengan konsep *Edutainment* adalah sebagai berikut :

**a. *Strength***

Kekuatan internal dari *Coffee Shop* dengan konsep *Edutainment* ini adalah adanya proses belajar – mengajar mengenai kopi secara umum, proses pembuatan dari biji kopi hingga berbentuk minuman. Hal tersebut membuat *Coffee Shop* ini berbeda dengan *Coffee Shop* yang ada di Kota Garut, yang tidak memiliki konsep *Edutainment*.

Selain konsep *Edutainment*, desain interior juga merupakan sumber kekuatan, dikarenakan dengan membuat konsep yang lebih edukatif dengan cara menyediakan media interaktif seperti model peralatan dan ilustrasi proses pengolahan biji kopi. Selain itu, terdapat juga *mural* bertema penanaman biji kopi.

Keunggulan terakhir yaitu, adanya aktivitas yang mengedukasi pengunjung cara mengolah dan menyajikan minuman olahan kopi, serta pengunjung juga dapat mencoba untuk mempraktikkan pelajaran yang diajarkan.

**b. *Weakness***

Kualitas produk dan pelayanan yang baik akan memberikan dampak juga terhadap harga dari suatu produk. Dengan kegiatan yang mengedukasi dan keterlibatan pelanggan, pastinya akan menjadi salah

satu factor penentu harga. Harga tersebut akan menjadi sebuah pertimbangan bagi pelanggan untuk datang ke *Coffee Shop* tersebut atau tidak. Dengan memiliki harga yang relative lebih mahal dibandingkan *Coffee Shop* lainnya, hal tersebut membuat factor ini yang akan menjadi kelemahan dari bisnis usaha ini.

**c. *Opportunity***

Sedikitnya masyarakat yang mengetahui konsep *Coffee Shop* ini, maka akan menjadikan sebuah daya tarik tersendiri dan pengalaman yang baru untuk pelanggan yang datang ke *Coffee Shop* ini. Selain itu juga, dengan meningkatnya jumlah penduduk yang ada di Kota Garut setiap tahunnya menjadikan peluang pasar yang baik bagi bisnis usaha *Coffee Shop*.

**d. *Threat***

Setiap bisnis usaha akan ada ancaman untuk bisnisnya sendiri, mau itu ancaman kecil ataupun besar sekalipun. Tantangan yang akan menjadikan ancaman untuk *Coffee Shop* ini adalah adanya persaingan bisnis *Coffee Shop* di Kota Garut yang semakin ketat. Persaingan bisnis *Coffee Shop* yang meliputi persaingan harga suatu makanan dan minuman, lokasi yang berdekatan, hingga persaingan produk dengan *Coffee Shop* yang menyediakan menu yang sama.

**e. Matriks Pembobotan**



Pada setiap indikator SWOT, terdapat nilai pembobotan yang dapat mempengaruhi keberhasilan sebuah usaha. Nilai bobot dari setiap indikator ditentukan oleh Bapak Dwiarisman Novianus Chalim selaku pakar yang telah menjalankan usaha *coffee shop* sebagai *Owner* dan *Co-Founder* dari Mimiti Coffee.

Nilai dari setiap indikator memiliki skala dari 1 – 5 dengan peningkatan 1 yang memiliki tingkat pengaruh kecil sekali hingga 5 yang memiliki tingkat pengaruh besar sekali. Berikut merupakan pembobotan dan penilaian Analisis SWOT dari *Coffee Shop* Seribu Pintu :

**Tabel 1.1**  
**Tabel Internal & External Factor Analysis Strategy**

No	Internal Factor Analysis Strategy	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
	Strength			
1	Konsep	20	5	100
2	Suasana & Arsitektur	25	5	125
3	Lokasi	40	4	160
4	Aktifitas	15	4	60
TOTAL		100	x	445
Weakness		Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	<i>Brand Name</i> relatif baru	25	3	75
2	Harga lebih mahal	40	2	80
3	Modal Cukup Besar	35	2	70
TOTAL		100	x	225

No	External Factor Analysis Strategy		Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
	Opportunity				
1	Daya tarik pengunjung		40	5	200
2	Minat pengunjung terhadap kopi		30	5	150
3	Jumlah masyarakat yang tumbuh		30	4	120
TOTAL			100	x	470
Threat			Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	Lokasi berdekatan dengan coffee shop lain		30	3	90
2	Menu yang ditawarkan hampir sama dengan kompetitor		20	2	40
3	Munculnya pesaing baru		50	2	100
TOTAL			100	x	230

Sumber : Olahan Penulis, 2021

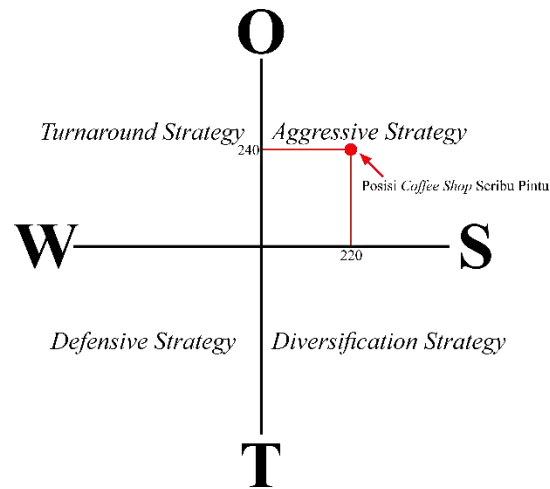
Setelah mendapatkan nilai tertimbang dari *Internal* dan *External Factor Analysis Strategy*, nilai – nilai tertimbang diatas dirumuskan menjadi koordinat posisi perusahaan dalam diagram analisis SWOT.

**Tabel 1.2**  
**Kuadran Nilai SWOT**

No	Indikator	Nilai Tertimbang
1	Strength	445
2	Weakness	225
Selisih Nilai		220
3	Opportunity	470
4	Threat	230
Selisih Nilai		240
Koordinat		220, 240

Sumber : Olahan Penulis, 2021

**Gambar 1.3**  
**Matriks Posisi Perusahaan**



Sumber : Olahan Penulis, 2021

### **E. Spesifikasi Produk**

Berdasarkan Philip Kotler, produk merupakan segala sesuatu yang dapat dipasarkan atau ditawarkan ke pasar yang dapat dimiliki, dimanfaatkan, dikonsumsi dan dapat memuaskan kebutuhan (Danang Sunyoto, 2014)

Produk utama yang dipasarkan di *coffee shop* “SeribuPintu” adalah pengalaman yang konsumen dapat rasakan di *coffee shop* ini. Pengalaman yang dimaksud adalah program pembelajaran yang menghibur seperti adanya media interaktif atau alat peraga sebagai fasilitas penunjang dan pelatihan atau presentasi mengenai tumbuhan dan minuman kopi secara umum.

Minuman kopi juga merupakan produk utama di *coffee shop* ini, selain minuman berbahan dasar kopi, *coffee shop* ini juga menyediakan jenis minuman lain seperti berbagai jenis minuman teh, *milkshake*, dan

olahan minuman lainnya. Produk makanan juga disediakan di *coffee shop* ini sebagai pelengkap namun akan fokus pada makanan penutup dan makanan ringan seperti, *pastries, cookies*, berbagai macam *cakes, sandwich*, dan makanan olahan lainnya. Berikut merupakan menu yang ditawarkan di *coffee shop* “Seribu Pintu”:

**Tabel 1.3**  
**Jenis Produk Minuman *Coffee Shop* Seribu Pintu**

No.	Jenis Minuman	Nama Produk
1	<i>Coffee</i>	Espresso
		Americano (hot/ice)
		Latte (hot/ice)
		Cappucino
		V60
		Affogato
		Piccolo
		Es Kopi Susu
		Vietnam Drip (hot/ice)
		Mochacino (hot/ice)
		Kopi Tubruk
		French Press
		Japanese
	Jasmine Tea	
	Rosella Tea	

2	<i>Non-Coffee</i>	Butterfly-Pea Lemonade
		Vanilla Milkshake
		Chocolate Milkshake
		Cookies Milkshake
		Velvet Latte (hot/ice)
		Matcha Latte (hot/ice)
		Chocolate (hot/ice)

Sumber : Olahan Penulis, 2021

**Tabel 1.4**  
**Jenis Produk Makanan *Coffee Shop* Seribu Pintu**

No.	Jenis Makanan
1	Chocolate Chip Cookie
2	Brownie Cookie
3	Fudgy Brownies
4	Cheesy Brownies
5	Tiramisu
6	Cheesecake
7	Croque Monsieur
8	Cireng Bumbu Rujak
9	Pisang Goreng
10	Breaded Champignon

Sumber : Olahan Penulis, 2021

**Tabel 1.5**  
**Produk Jasa *Coffee Shop* Seribu Pintu**

No	Jenis Produk Jasa
1	Coffee Tour & Education

Sumber : Olahan Penulis, 2021

#### **F. Jenis atau Badan Usaha**

Dalam membuat suatu bisnis usaha, pebisnis harus memilih jenis usaha apa yang akan di pilih untuk bisnis usahanya. Setiap jenis badan usaha memiliki kelebihan dan kekurangannya masing – masing, disesuaikan dengan karakter dan kebutuhan dari bisnis yang akan dibuat. Dikarenakan restoran yang akan didirikan merupakan usaha swasta. Maka berdasarkan Pasal 33 UUD 1945 pengertian badan usaha milik swasta adalah, “bidang – bidang usaha yang diberikan kepada pihak swasta adalah mengelola sumber daya ekonomi bersifat tidak vital dan strategis atau yang tidak menguasai hajat hidup orang banyak.” Berdasarkan pasal tersebut dapat ditarik kesimpulan yaitu badan usaha yang didirikan dan dimiliki pihak swasta, dan tidak menguasai hajat hidup orang banyak yang berorientasi pada keuntungan.

Maka bisnis usaha dengan nama “Seribu Pintu” yang akan didirikan di Kota Garut di bentuk dengan badan usaha yaitu CV ( *Comanditaire Venootschap*). Dikarenakan mudahnya prosedur, syarat – syarat dalam mendirikan CV dan juga memiliki karakter yang lebih fleksibel, mulai dari ketentuan nama perusahaan hingga manajemen CV yang di nilai lebih mudah dibandingkan dengan badan usaha yang lainnya.

Menurut Sukmadi ( 2017 : 6 ), CV adalah “Suatu perseroan yang didirikan disatu pihak oleh seorang atau lebih yang secara tanggung menanggung bertanggung jawab seluruhnya dan di lain pihak seorang atau lebih pemilik modal hanya bertanggung jawab sebanyak modal yang di masukan kedalam perseroan.” Dapat diartikan bahwa dalam mendirikan CV minimum ada 2 orang atau lebih yang terlibat. Dimana nantinya akan terbagi menjadi 2 sekutu, yaitu sekutu komplementer ( sekutu aktif ) dan sekutu komanditer ( sekutu pasif ), sekutu aktif merupakan sekutu yang menjalankan perusahaan, berhak melakukan perjanjian dengan pihak ketiga dan menjalankan seluruh kebijakan perusahaan. Di lain sisi, sekutu pasif hanya menanamkan modal dalam pesekutuan, tidak ikut mengelola perusahaan. Prosedur pendirian CV juga telah di atur pada pasal 16 – 35 Kitab Undang – Undang Hukum Perdata ( KUHD ).