

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Kota Cianjur adalah bagian dari kabupaten Cianjur, Jawa barat, Indonesia. Ibu kotanya berada di kecamatan Cianjur. Kota Cianjur sendiri berbatasan dengan Kabupaten Bogor, Karawang dan Purwakarta, Bandung, Bandung Barat, Sukabumi dan juga Garut. Sebagian besar wilayah kota Cianjur di kelilingi oleh pegunungan, kecuali bagian daerah selatan yang merupakan dataran rendah.

Kota cianjur terkenal dengan lahan-lahan pertaniannya dan perkebunannya, seperti lahan padi, kebun kopi, teh, coklat, dan lain lain. Selain lahan pertanian dan perkebunannya, Cianjur juga terkenal dengan hasil peternakan dan juga perikanannya. Hal itu di tunjang oleh banyaknya sungai besar dan kecil.

Menurut data BPS Kabupaten Cianjur tahun 2019, Kota Cianjur mempunyai penduduk sebanyak 2.292.367 penduduk, dengan jumlah pria sebanyak 1.182.755 dan jumlah wanita sebanyak 1.109.611.

Dilihat dari pariwisatanya, Kota Cianjur merupakan salah satu kota yang memiliki keindahan alam yang sangat indah, khususnya pegunungan. Selain pegunungan, Kota Cianjur juga memiliki keindahan alam lain yakni keindahan perkebunan dan persawahannya.

Tempat-tempat wisata yang terkenal di Kota Cianjur di antaranya :

- Taman Bunga Nusantara
- Bravo Campground Citampele
- Green Apple Garden
- Waduk Jangari
- Curug Cikondang
- Kebun Raya Cibodas
- Istana Presiden Cipanas.

Hasil pendataan yang di laksanakan oleh dinas pariwisata Kota Cianjur, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Cianjur pada tahun 2018 sebesar 338.596 untuk turis mancanegara, sedangkan untuk turis lokal sebanyak 5.435.037. Jumlah ini mengalami di bandingkan dengan tahun 2017 yang berjumlah sebanyak 5.207.207 wisatawan. Penulis akan memberikan data jumlah wisatawan yang berkunjung ke Cianjur kedalam tabel 1.1 di bawah.

**TABEL 1.1**

**JUMLAH WISATAWAN KOTA CIANJUR  
PERIODE TAHUN 2016-2018**

<b>No.</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Total Wisatawan</b>
<b>1.</b>	2016	4.938.721
<b>2.</b>	2017	5.207.207
<b>3.</b>	2018	5.773.633

Sumber : BPS Kota Cianjur Tahun 2019.

Menurut tabel 1.1, dapat kita lihat bahwa setiap tahunnya turis yang datang ke Kota Cianjur mengalami kenaikan. Hal ini akan menjadi tugas Pemerintah Kota Cianjur untuk terus membenahi dan menambah infrastruktur pariwisatanya.

Kemajuan Kota Cianjur dari tahun ke tahun semakin mengalami kemajuan yang lebih baik. Hal ini dapat kita lihat dari semakin banyaknya bisnis-bisnis di bidang kepariwisataan yang muncul, antara lain bisnis akomodasi, dan juga bisnis kuliner. Diantara jenis bisnis tersebut, bisnis yang sedang berkembang pesat di Cianjur adalah bisnis di bidang kuliner, salah satunya adalah bisnis kafe.

Kafe adalah sebuah jenis usaha restoran, namun kafe lebih menonjolkan suasana santai, rileks, dan juga mengutamakan kenyamanan pelanggan sehingga kafe menyediakan cukup banyak tempat duduk.

Dengan kemajuan kota Kota Cianjur, pasti bisnis kafe akan semakin beraneka ragam, penulis akan membuat suatu perencanaan usaha kafe di Kota Cianjur. Kafe ini akan menyajikan berbagai produk olahan teh, coklat, juga kopi yang saat ini belum populer di Kota Cianjur, yakni produk olahan yang menggunakan metode *House Blend* yang menggunakan bahan dasar 100% origin Indonesia.

Yang membuat penulis ingin mendirikan sebuah kafe ini yaitu, jumlah usaha kafe di Kota Cianjur dengan menggunakan bahan dasar yang berasal dari teh, coklat, juga kopi ini masih sangat minim di Kota Cianjur.

Dalam pembuatan rencana usaha café ini, penulis ingin membuat BMC (Bisnis Model Canvas) untuk menggambarkan sebuah proposisi dalam melakukan strategi *marketing* atau pemasaran dengan penggunaan 9 elemen BMC dalam bisnis ini. Maka dengan ini kita dapat mengetahui bahwa validasi ide yang telah diterapkan didalam 9

elemen BMC tersebut mengandung prospek untuk ke depannya atau kah tidak. Berikut ini adalah 9 elemen BMC dari usaha kafe yang akan dibuat oleh penulis.

**TABEL 1.2**

***BUSINESS MODEL CANVAS T'CHOCOFFEE CAFE***

<p><i>Key Partners</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Iklan di Media Social (Instagram, Facebook, Twitter).</u></li> <li>• <u>Suplier bahan dasar/baku dari berbagai luar kota.</u></li> <li>• <u>Interior and building designers.</u></li> <li>• <u>Teknisi mesin.</u></li> <li>• <u>Manajer selebriti.</u></li> </ul>	<p><i>Key Activities</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Membuat produk minuman dan makanan kombinasi yang berbahan dasar teh, coklat, dan kopi.</u></li> <li>• <u>Membuat minuman dengan berbahan dasar single origin dengan metode house blend</u></li> <li>• <u>Melakukan pemasaran/periklanan</u></li> </ul>	<p><i>Value Proposition</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Kualitas bahan baku yang berkualitas tinggi.</u></li> <li>• <u>Rasa yang unik</u></li> <li>• <u>Menu yang beragam</u></li> <li>• <u>Rasa Original/ bukan Instant</u></li> </ul>	<p><i>Customer Relationships</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Adanya promo dan diskon setiap minggunya</u></li> <li>• <u>Membuat card member</u></li> </ul>	<p><i>Customer Segments</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Mahasiswa/i yang ingin mengerjakan tugas di Café</u></li> <li>• <u>Pegawai kantoran yang sedang istirahat dan ingin minum kopi, the, coklat (take away)</u></li> <li>• <u>Anak remaja, pulang sekolah dan ingin mengerjakan tugas bersama teman.</u></li> <li>• <u>Usia 19 -50 tahun</u></li> </ul>
<p><i>Cost Structure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Biaya Sewa Tempat</u></li> <li>• <u>Biaya perlatan dan bahan baku</u></li> <li>• <u>Biaya kemasan/packaging</u></li> <li>• <u>Biaya listrik</u></li> </ul>		<p><i>Revenue Streams</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Food and beverage selling</u></li> <li>• <u>Selling from CFD (car free day)</u></li> <li>• <u>Promotion Sales</u></li> </ul>		

Sumber : Olahan Penulis, 2020.

Mengacu kepada latar belakang yang penulis tulis di atas, maka penulis membuat perencanaan sebuah bisnis usaha dengan judul “**PERENCANAAN BISNIS T'CHOCOFFEE CAFÉ DI KOTA CIANJUR**”.

## **B. GAMBARAN UMUM BISNIS**

### **- DESKRIPSI BISNIS**

Menurut Merriam Webster (1994 : 37), bisnis merupakan suatu aktivitas produksi, pembelian dan penjualan suatu barang atau produk dan jasa yang kemudian akan ditukarkan dengan uang.

Bisnis yang akan di buat oleh penulis adalah sebuah kafe bernama *T'Chocoffee Café*. Kafe ini akan menawarkan berbagai produk minuman dengan 3 bahan dasar unggulan yaitu teh, coklat, dan kopi. Bahan-bahan tersebut akan menggunakan 100% bahan asli Indonesia. Nantinya penulis akan meracik bahan-bahan tersebut dan menjadikannya *House Blend*, sehingga akan memiliki cita rasa yang berbeda dengan produk minuman kafe lainnya.

### **- DESKRIPSI LOGO DAN NAMA**

Menurut Rustan (2009:13), logo dan nama memiliki beberapa fungsi, diantaranya adalah sebagai berikut :

- Identitas sebuah usaha.
- Tanda kepemilikan sebuah usaha.
- Tanda jaminan dari kualitas usaha.
- Mencegah adanya peniruan atau pembajakan.

Berdasarkan fungsi logo dan nama di atas maka sangat penting bagi sebuah bisnis atau usaha untuk memiliki logo dan namanya masing-masing karena dapat menjadi identitas dan juga *branding* bisnis untuk memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen. Di dalam pembuatan sebuah logo dan nama harus memiliki dasar

dan arti sebagai pesan yang akan disampaikan untuk konsumen. Berikut merupakan logo dan nama *T'Chocoffee Café* beserta arti dan maknanya :

### GAMBAR 1.1

#### LOGO *T'CHOCOFFEE CAFÉ*



*Design* Logo kafe ini didasari oleh lingkaran hitam yang memiliki makna sebuah keutuhan dan kesatuan. Logo ini mempunyai 3 lambang dasar, yaitu daun teh yang bermakna kafe ini berkonsep *nature* atau alami. Kemudian terdapat 3 buah biji kopi yang bermakna kafe ini menawarkan produk olahan yang berbahan dasar kopi yang siap untuk digabungkan dengan kedua bahan lainnya. Dan dalam logo ini pun terdapat sebuah cangkir yang mengeluarkan asap penggabungan dari warna hijau, coklat, dan coklat muda yang bermakna bahwa kafe ini menawarkan produk kombinasi dari tiga bahan dasar dan akan menjadi satu kesatuan dalam sebuah cangkir.

Logo ini menonjolkan 2 warna yaitu hijau dan coklat. Warna hijau memiliki sebuah makna alami dan menyejukan. Warna hijau pada logo kafe ini sendiri karena penulis berkeinginan untuk menjual berbagai produk minuman yang berbahan dasar

organik dan alami. Sedangkan warna coklat memiliki makna menenangkan dan dapat memberikan rasa senang. Sama halnya dengan konsep kafe ini ialah mampu memberikan rasa yang rileks dan dapat memberikan rasa santai pada konsumen yang datang.

Dalam pemilihan nama "*T'Chocoffee Cafe*" merupakan singkatan gabungan dari T' untuk produk teh, *Choco* untuk produk Coklat, dan "*Fee*" berasal dari *coffee* yang berarti kopi. Maka kafe ini memiliki arti nama dari penggabungan dari tiga bahan dasar yang ditonjolkan oleh kafe ini. Sementara untuk slogan logo ini ialah "*The Taste Of Nature*" yang berarti kafe ini memiliki rasa natural karena produk yang disajikan 100% berasal dari bahan alami.

#### - **IDENTITAS BISNIS**

*T'Chocoffee Café* ini adalah perencanaan bisnis yang akan di jalankan oleh penulis sendiri. *Café* ini nantinya akan dibangun di Jalan Nasional III, no.56, Kota Cianjur. Yang mana lokasi usaha ini berdekatan dengan tugu tauco, Kota Cianjur. Agar dapat mempermudah calon konsumen mendapat informasi lanjut mengenai kafe ini, maka identitas dari bisnis sangatlah diperlukan, contohnya ialah *media platform*, kontak dan juga alamat.

Untuk *media platform T'Chocoffee Café* ingin menggunakan website dan social media. Berikut merupakan contohnya :

Website : [www.tchocoffee.gmail.com](http://www.tchocoffee.gmail.com)

Instagram : @t\_chocoffee

Penulis akan memberikan gambaran mengenai tempat usaha *T'Chocoffee Café* dalam bentuk gambar nomor 1.2, 1.3, dan 1.4 di bawah ini.

### **GAMBAR 1.2**

#### ***LOKASI T'CHOCOFFEE CAFÉ DI KOTA CIANJUR***



Sumber : Google street view, 2020.

### **GAMBAR 1.3**

#### ***LOKASI T'CHOCOFFEE CAFÉ DI KOTA CIANJUR.***



Sumber : Google street view, 2020

## GAMBAR 1.4

### LOKASI *T'CHOCOFFEE CAFÉ* DI KOTA CIANJUR.



Sumber : Google street view, 2020

### C. VISI DAN MISI

Pengertian visi sendiri adalah rangkaian sebuah kata yang di dalamnya mengandung impian atau cita-cita yang akan di capai. Dengan kata lain visi merupakan tujuan dari suatu organisasi . Manfaat visi sendiri adalah sebagai berikut :

1. Menjembatani keadaan perusahaan di masa sekarang dengan masa depan.
2. Menumbuhkan rasa kebermaknaan.
3. Menumbuhkan rasa kerja yang prima.
4. Menumbuhkan komitmen dan semangat kerja karyawan.
5. Menumbuhkan standar kerja yang baik.

Sedangkan arti misi adalah langkah atau kegiatan yang harus di laksanakan guna tercapainya visi.. Sedangkan menurut KBBI, arti misi sendiri adalah tugas yang di rasakan orang sebagai suatu kewajiban untuk melakukannya demi agama, ideologi, patriotisme, dan sebagainya. Misi sendiri memiliki fungsi untuk perusahaan yaitu :

1. Memastikan inti tujuan dasar dari perusahaan atau organisasi tersebut.
2. Menjadi sebuah landasan perencanaan bisnis yang akan di kembangkan.
3. Menjadi prioritas bagi anggota organisasi dalam menggolongkan tujuan dan arah suatu organisasi atau perusahaan.
4. Membantu anggota organisasi dalam mengambil keputusan yang sesuai dengan visi organisasi atau perusahaan.
5. Memberikan arahan dasar dari sebuah organisasi ataupun perusahaan dan memungkinkan untuk menerjemahkan sebuah dasar.

Visi dan misi T'Chocoffee Café ini akan penulis jelaskan di bawah ini :

Visi *T'Chocoffee Café* :

1. Menjadi pelopor kafe yang menjual produk minuman berbahan dasar 100% asli Indonesia di Kota Cianjur.
2. Menjadi jembatan antara para penikmat teh, coklat, dan kopi dengan para petani.
3. Mengenalkan metode *house blend* kepada masyarakat Kota Cianjur.

Misi *T'Chocoffee Café* :

1. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap pelanggan.
2. Memberikan ilmu pengetahuan tentang teh, coklat, dan kopi kepada setiap pelanggan dan pengunjung yang datang ke kafe.
3. Menampung dan memasarkan dari hasil petani lokal.

#### **D. SWOT ANALYSIS**

Pada saat membuat perencanaan bisnis, pertama tama kita harus menganalisa 4 faktor, factor-faktor tersebut adalah kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, atau yang lebih kita kenal dengan SWOT ( *Strength, Weakness, Opportunities, and Threats* ). Analisis SWOT menurut Philip Kotler ( 2009: 51 ) diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang

efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Analisa SWOT merupakan sebuah factor penting dalam suatu perencanaan bisnis, karena dengan analisa tersebut kita mampu untuk mengevaluasi suatu masalah sehingga kita dapat menemukan solusi dari masalah tersebut. SWOT juga di gunakan oleh para pengusaha untuk mengetahui berapa besar peluang pasar yang mereka miliki untuk mendapatkan keuntungan. Setelah penulis amati, maka analisi SWOT dari perencanaan bisnis *T'Chocoffee Café* ini adalah sebagai berikut :

**a. Strength**

Hal yang menjadi kekuatan dari kafe ini yang pertama adalah keragaman produk yang tersedia, kedua yakni menjadi kafe pertama yang menyajikan produk minuman yang berbahan dasar 100% asli Indonesia, yang ketiga adalah lokasi usaha yang strategis, yang keempat adalah design dari kafe ini. Dari sisi keragaman produk, kafe ini akan menyajikan berbagai minuman, tidak seperti kafe pada umumnya yang hanya menyajikan produk kopi dan coklat, kami juga akan menyajikan produk berbahan dasar teh. Dari segi bahan, kami juga menggunakan 100% bahan yang berasal dari para petani-petani Indonesia, khususnya yang berada di Cianjur, sehingga lebih mudah mendapatkan bahan-bahan tersebut dan harganya bisa lebih terjangkau. Dari segi lokasi, lokasi kafe kami ini berada tepat di pinggir jalan sehingga akses untuk ke kafe kami lebih mudah, dan kafe kami ini dekat dengan sekolah-sekolah serta kampus-kampus yang di mana para siswa-siswi dan para mahasiswa nantinya akan menjadi target pasar kami. Dari segi design, kafe kami ini nantinya akan menawarkan konsep traditional modern, sehingga tempat kami ini akan nyaman, *instagrammable*, dan juga menarik perhatian para pengunjung yang akan datang.

**b. Weakness**

Yang menjadi kelemahan dari kafe ini adalah sulitnya mencari supplier yang mampu memenuhi standar kualitas dari kafe kami, dan sulitnya mencari

kualitas bahan yang terbaik. Kemudian kelemahan yang lain adalah dalam segi harga, karena kafe ini menggunakan bahan yang bagus, harga yang dikenakan ke pengunjung pun akan sedikit lebih mahal dari kebanyakan kafe lainnya yang ada di Kota Cianjur, itulah kelemahan kafe kami ini.

**c. *Opportunity***

Di karenakan belum adanya kafe yang sejenis dengan kafe kami, ini menjadi peluang yang sangat baik karena belum adanya pesaing. Kemudian masih sedikitnya masyarakat Kota Cianjur yang mengetahui tentang produk minuman teh, coklat dan kopi yang menggunakan metode House Blend, menjadikan ini juga sebuah peluang yang baik untuk di coba.

**d. *Threat***

Yang menjadi ancaman untuk usaha kami sekarang adalah pandemi COVID-19. Di tengah pandemi ini tingkat daya beli masyarakat juga menurun. Selain itu berkembangnya Kota Cianjur menjadikan usaha kafe semakin beragam, ini juga yang menjadi ancaman bagi kafe kami ini.

**E. SPESIFIKASI PRODUK**

Pengertian produk merupakan segala sesuatu yang bisa di tawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian konsumen, di beli, di pakai, dan di konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan ( Kotler & Armstrong, 2001:346 ). Secara konsep, produk adalah sesuatu yang bias di tawarkan sebagai usaha si penjual untuk memenuhi kebutuhan dan kegiatan para konsumennya, sesuai dengan kemampuan dan kapasitas dan daya beli konsumen. Produk yang akan di tawarkan oleh *T'Chocoffee* adalah berbagai jenis minuman yang berbahan dasar teh, coklat, dan juga kopi. Untuk pilihan produknya sendiri penulis akan uraikan di bawah berikut ini :

**TABEL 1.3****SPESIFIKASI PRODUK MINUMAN T'CHOCOFFEE CAFE**

No.	Nama Produk	Spesifikasi
1.	<i>Macho (Matcha and Choco)</i>	Produk minuman berbahan dasar <i>Greentea</i> yang diperpadukan dengan Coklat bubuk
2.	<i>Chocoffee (Choco and Coffee)</i>	Produk minuman berbahan dasar Coklat asli Aceh yang akan di <i>blend</i> dengan menggunakan <i>expresso</i>
3.	<i>Cappucino</i>	Minuman khas italia namun menggunakan biji kopi asli toraja. Terdiri dari <i>expresso</i> dengan <i>fresh milk</i>
4.	<i>Getlatte</i>	Produk minuman berbahan dasar Teh hijau asli Jawa Barat yang memiliki <i>rasacreamy</i> karena dicampur menggunakan susu segar.
5.	<i>SpicedChoco</i>	Produk minuman berbahan dasar coklat yang memiliki rasa khas rempah kayu manis
6.	<i>Pocha</i>	Produk minuman berbahan dasar teh yang memiliki rasa unik dimana

		minuman ini terdiri dari Daun teh, <i>butter</i> , dan juga garam
7.	<i>Americano</i>	Produk minuman <i>classic</i> berbahan dasar <i>expresso</i> dengan air panas
8.	<i>Latte</i>	Produk minuman menggunakan bahan dasar biji Kopi asli dari Aceh, Indonesia
9.	<i>SpicedTea</i>	Produk minuman berbahan dasar Teh yang diperpadukan dengan aneka rempah yakni sereh, lemon, dan juga kayu manis

Sumber : Olahan Penulis, 2020.

## F. JENIS/BADAN USAHA

Jenis badan usaha yang akan penulis pilih dalam pendirian usaha penulis yang bernama *T'Chocoffee* ini adalah usaha perseroan komanditer atau biasa di sebut dengan CV. Ada beberapa alasan yang membuat penulis akhirnya memilih CV ketimbang badan usaha yang lain, yaitu karena pendirian CV tidak memerlukan batas modal awal dari setiap pendiri perusahaan, lalu kedua tanggung jawab di bagi bersama-sama dengan para anggota yang terdaftar di CV tersebut.

Ada beberapa syarat yang harus di penuhi dalam pendirian CV antara lain sebagai berikut :

- Pembuatan akte dan pendirian CV.
- Pembuatan surat keterangan domisili perusahaan.

- Pembuatan nomor pokok wajib pajak ( NPWP ).
- Pembuatan surat izin usaha perdagangan ( SIUP ).
- Pembuatan surat keterangan domisili perusahaan.
- Pembuatan tanda daftar perusahaan ( TDP ).

Selain itu, CV memiliki beberapa keuntungan dan juga kerugian, antara lain sebagai berikut :

#### Kelebihan CV

- Modal yang di kumpulkan akan besar.
- Tidak memerlukan batas modal awal perusahaan.
- Dasar modal yang di miliki akan lebih kuat, sehingga kedepannya akan jauh lebih mudah mendapatkan kredit.
- Memiliki kekuatan manajemen perusahaan yang lebih baik.
- Syarat pendiriannya tergolong lebih mudah daripada badan usaha yang lain.

#### Kekurangan CV

- Para anggota memiliki tanggung jawab yang tidak terbatas.
- Karena bergantung terhadap beberapa anggota yang memiliki tanggung jawab tidak terbatas, maka kelanjutan usaha menjadi tidak menentu.
- Bagi sekutu pimpinan, sulit untuk menarik kembali modalnya yang telah ia keluarkan.

## **G. ASPEK LEGALITAS**

Legalitas perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang memenuhi persyaratan perundang-undangan di nyatakan sebagai bentuk usaha yang sah ( Muhammad, 2010:329 ). Legalitas perusahaan adalah di mana sebuah perusahaan yang bergerak di dalam bidang apapun di nyatakan secara sah oleh hukum yang berlaku. Setiap perusahaan harus memiliki syarat operasional perusahaan, tidak terkecuali kafe kami yang bernama *T'Chocoffee Café* ini. Kafe kami ini nantinya akan memiliki dokumen-dokumen bukti legalitas kegiatan usaha. Dokumen legalitas yang akan dimiliki oleh *T'Chocoffee Café* kami ini akan penulis terangkan sebagai berikut :

- Nama Perusahaan.
- Merek Perusahaan.
- Akte Pendirian Perusahaan.
- Nomor Pokok Wajib Pajak ( NPWP ).
- Surat Ijin Usaha Perdagangan ( SIUP ).
- Surat Ijin Tempat Usaha ( SITU ).
- Tanda Daftar Perusahaan ( TDP ).
- Analisis Mengenai Dampak Lingkungan ( AMDAL ).