

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis kafe di Indonesia sedang mengalami perkembangan pesat dan menjanjikan saat ini. Hal ini terbukti dari pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah kafe yang ada di seluruh negeri. Berdasarkan riset yang dilakukan secara independen oleh Toffin, tercatat bahwa pada tahun 2019, jumlah kafe di Indonesia telah mencapai lebih dari 2.950 outlet, yang merupakan peningkatan hampir tiga kali lipat jika dibandingkan dengan tahun 2016, di mana hanya terdapat sekitar 1.000 kafe.

Menurut Rahmi, kopi, atau *Coffea sp.*, adalah tanaman tropis yang sering disebut sebagai minuman bebas alkohol yang mengandung kafein. Pengonsumsian kopi memiliki sejumlah manfaat, termasuk kemampuannya untuk meningkatkan tingkat metabolisme tubuh berkat kandungan kafeinnya. Bagi individu yang memiliki rutinitas malam, kopi bisa menjadi pilihan minuman yang efektif karena kafeinnya dapat membantu mengatasi kantuk. Kopi juga dikenal memiliki sifat antibakteri yang bermanfaat untuk menjaga kesehatan dan sebagai pengobatan untuk beragam masalah kesehatan.

Indonesia menempati peringkat keempat sebagai produsen kopi terbesar di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Colombia. Sekitar 67% dari seluruh produksi kopi diekspor, sementara 33% sisanya digunakan untuk memenuhi permintaan di dalam negeri (Kadarwati dan Wan, 2019). Di Indonesia saat ini, terdapat dua jenis kopi yang ditanam, yaitu kopi robusta dan kopi arabika. Hingga tahun 2017, kopi robusta

masih mendominasi dalam jumlahnya jika dibandingkan dengan kopi arabika. Menurut data dari Kementerian Pertanian, sekitar 81,96% atau setara dengan 1,04 juta hektar lahan perkebunan kopi di Indonesia ditanami dengan kopi robusta, sementara sisanya adalah kopi arabika. Produk kopi yang diperdagangkan dalam berbagai bentuk, termasuk biji kopi, kopi sangrai, kopi bubuk, kopi instan, dan bahan makanan lain yang mengandung kopi (Ardhiarisca et al., 2022).

Kopi telah menjadi komoditas yang sangat penting dan berpengaruh setelah minyak bumi. Dengan meningkatnya konsumsi kopi di seluruh dunia, pasar semakin tertarik pada sektor kopi. Pertumbuhan permintaan yang terus berlanjut menegaskan betapa pentingnya menjaga ketersediaan produk untuk memenuhi kebutuhan pasar. Untuk menjadikan kopi sebagai salah satu komoditas utama, koordinasi yang efisien dan peran proaktif pemerintah dalam merumuskan kebijakan berkelanjutan dalam kerangka agribisnis kopi sangatlah krusial.

Proses penyajian kopi dengan cita rasa yang menarik tidak terlepas dari proses roasting yang mempengaruhinya. Roasting kopi adalah suatu proses memasak kopi yang pada dasarnya melibatkan penghilangan kadar air dalam biji kopi, pengeringan, perluasan bijinya, serta pengurangan beratnya yang pada akhirnya memberikan karakteristik aroma kopi. Ketika kopi dipanggang, proses tersebut juga melibatkan reaksi kimia yang mengubah sifat biji kopi. Semakin lama biji kopi dipanggang, semakin banyak perubahan karakteristik kimia yang terjadi (Sudantha et al., 2019). Tahap roasting memiliki peranan penting dalam pembentukan karakter rasa dan aroma biji kopi. Apabila biji kopi memiliki konsistensi dalam faktor seperti ukuran, berat jenis, tekstur, kadar air, dan komposisi kimia, maka pengelolaan proses roasting

menjadi lebih dapat diperkirakan. Namun, dalam situasi sebenarnya, biji kopi seringkali memiliki variasi yang cukup besar, sehingga proses roasting lebih cenderung menjadi seni yang membutuhkan keahlian dan pengalaman untuk memenuhi preferensi konsumen (Fibarzi, 2023).

Di Kota Purwokerto, warung kopi atau kafe yang mengutamakan penawaran kopi sebagai menu utama telah menjadi hal yang umum. Berdasarkan laporan, sejak awal tahun 2000-an, jumlah warung kopi di kota ini telah meningkat, menarik beragam pelanggan dari berbagai lapisan masyarakat, termasuk masyarakat umum, mahasiswa, dan penggemar kopi (Chusna et al., 2021).

Baturraden, sebuah wilayah di Kabupaten Banyumas, dikenal memiliki beberapa destinasi pariwisata yang terkenal, yang menjadi daya tarik utama Kabupaten Banyumas. Lokasinya terletak di lereng Gunung Slamet, setinggi 640 meter di atas permukaan laut. Baturraden terkenal dengan kekhasan kuliner lokalnya, yang menjadi daya tarik utama bagi pengunjung, baik yang berasal dari dalam negeri maupun mancanegara (Azhar et al., 2018).

Di Baturraden terdapat banyak sekali *coffee shop* yang telah menjamur sehingga membuat penulis memiliki ide untuk menciptakan suatu bisnis pemasok biji kopi yang mengandalkan biji kopi lokal yang ada di Baturraden yang di ambil dari petani kopi dan di pilih biji kopi yang memiliki kualitas yang bagus.

Sebelum merancang tugas akhir ini, penulis telah melaksanakan survei sebagai langkah awal untuk memperkuat dasar mengapa penulis memutuskan untuk mengembangkan rencana bisnis ini. Hasil dari survei yang telah diberikan kepada

orang-orang terdekat seperti teman-teman, kerabat, dan saudara, baik di sekitar Purwokerto maupun di luar kota Purwokerto.

Berdasarkan paparan diatas penulis semakin yakin dengan perencanaan bisnis yang akan penulis buat dilihat dari target pasar yang luas maka dari itu penulis akan menyusun tugas akhir ini dengan judul “Perencanaan Bisnis Coffee Roaster di Baturaden”.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis adalah keseluruhan rangkaian kegiatan menjalankan investasi terhadap sumber daya yang ada yang dapat dilakukan baik secara individu maupun secara kelompok untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan meningkatkan taraf hidup dengan menciptakan barang atau jasa guna mendapatkan laba / keuntungan yang sebesar-besarnya (Burta, 2018).

Coffee roaster secara umum adalah bisnis yang berfokus pada pemanggangan biji kopi mentah untuk menghasilkan biji kopi panggang yang siap diseduh menjadi minuman kopi. Bisnis *coffee roaster* tidak hanya memproses pemanggangan kopi saja akan tetapi *roasting* kopi juga berfungsi untuk menghasilkan cita rasa khas kopi yang lebih lezat. Proses kopi juga bisa bantu memunculkan cita rasa asli dari masing–masing biji kopi yang berbeda. Untuk bisa merasakan keunikan dari setiap varian biji kopi dari setiap daerah, baik di Indonesia maupun mancanegara, maka setiap biji kopi harus melalui tahap pemanggangan atau *roasting* dengan tingkatan yang tepat.

Dari penjelasan yang sudah dijelaskan di atas maka dari itu bisnis yang akan penulis dirikan adalah bisnis coffee roastery yang berlokasi di Baturraden yang mana didalamnya menawarkan produk kopi yang telah melalui proses pemilihan biji kopi yang memiliki kualitas bagus dan juga melalui proses roasting yang tepat hingga menjadi biji kopi siap seduh.

Semesta coffee roaster ini akan menggunakan bangunan yang tidak terlalu luas untuk produksi produk dan juga gudang untuk penyimpanan. Sedangkan untuk penjualan penulis memilih target pasar mulai dari *coffee shop*, kedai kopi, hotel dan juga pecinta kopi. Selain itu penulis juga menawarkan produk kopi kemasan siap seduh. Penulis juga menawarkan jasa pesan antar. Untuk memudahkan pelanggan dalam memesan produk yang akan penulis jual penulis menjual melalui *E-Commerce* dan juga social media.

2. Deskripsi Logo dan Nama



Gambar 1. 1 Logo Semesta coffee roastery

Sumber: Olahan penulis, 2023.

Penulis memahami bahwa dalam perencanaan usaha yang sedang dijalankan, penting untuk memberikan perhatian khusus pada nama dan logo.

Nama dan logo ini memiliki peran penting dalam mengidentifikasi produk atau layanan yang disediakan oleh penjual, dan juga berfungsi sebagai elemen pembeda dari pesaing. Oleh karena itu, penulis berencana untuk menggunakan nama "Semesta *Coffee Roaster*" untuk usaha *coffee roaster* yang sedang direncanakan.

Penulis memilih nama "Semesta *Coffee Roaster*" awalnya karena ingin memberikan sebuah nama yang memiliki makna yang luas. Nama ini dipilih untuk menciptakan hubungan yang erat antara kopi dan konsep alam semesta, dengan tujuan memberikan kesan yang unik dan berbeda dari pesaing-pesaing lain di sekitarnya. Kata "Semesta" dapat merujuk pada semangat eksplorasi, penjelajahan, dan pengalaman baru. Hal ini dapat menggambarkan bahwa penulis ingin menyajikan kopi dengan cara yang mengundang dan memberikan pengalaman baru kepada pelanggan, seolah-olah mereka sedang menjelajahi berbagai rasa dan cita rasa yang ada di dalamnya.

Logo merupakan tanda gambar yang digunakan sebagai identitas, untuk menggambarkan citra dan karakter suatu Lembaga, Perusahaan maupun organisasi. Logo tentu merupakan salah satu hal penting yang melekat erat pada setiap Perusahaan, utamanya Perusahaan yang telah memiliki ide bisnis yang jelas beserta dengan kelengkapan visi dan misi. Hal ini dikarenakan logo dalam sebuah Perusahaan berfungsi sebagai *corporate identity* atau identitas yang diwujudkan dalam berbagai bentuk dan bertujuan untuk mencerminkan *image* positif yang hendak disampaikan (Akminanti, 2013).

Dalam proses pembuatan logo, disarankan untuk menciptakan desain yang simpel tetapi memiliki makna yang terang, mudah diingat, dan dapat dengan mudah diaplikasikan ke berbagai media. Selain itu, logo harus mampu mencerminkan citra dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu, penulis telah merancang sebuah logo yang memiliki makna yang tersirat di setiap elemennya, diantaranya yaitu:

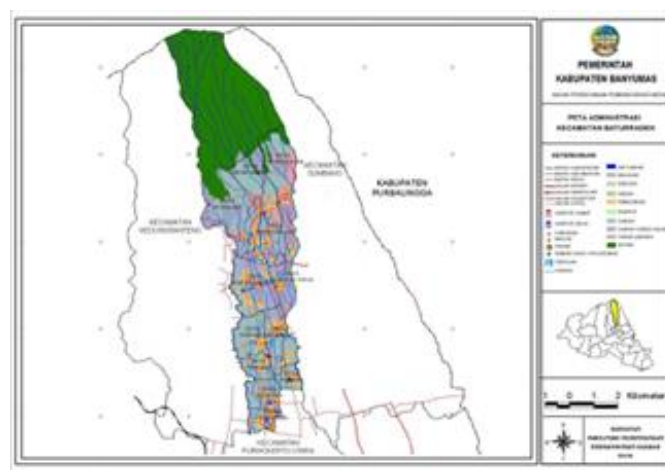
- a. Kata “Semesta” yang merupakan nama brand dari usaha ini.
- b. Tahun 2023, memiliki arti sebagai tahun dimana Semesta *Coffee Roaster* ini berdiri.
- c. Gambar gunung, gunung sering kali dikaitkan dengan petualangan, eksplorasi, dan keinginan untuk mencapai puncak, gambar gunung dapat merujuk pada semangat petualangan, keinginan untuk mencapai tujuan yang tinggi.
- d. Gambar pepohonan, Pepohonan yang indah dalam logo ini mencerminkan keindahan alam dan keharmonisan. Ini bisa menggambarkan nilai-nilai seperti kedamaian, keindahan, dan keselarasan. keindahan, ketenangan, dan keharmonisan dngan tujuan untuk menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan, alam, atau produk yang ramah lingkungan.
- e. Warna abu-abu pada logo, memiliki arti yang memperlihatkan sebuah keseriusan serta rasa tanggung jawab.

3. Identitas Bisnis

Identitas bisnis dapat diartikan sebagai sebuah gambaran mengenai sebuah produk yang akan dihasilkan. Selain dari nama dan logo, identitas bisnis harus mencakup data berupa kontak bisnis dan juga alamat usaha. Setiap bisnis pada dasarnya haruslah memiliki identitas yang dimana hal tersebut dilakukan agar produk yang akan ditawarkan dapat dikenal dengan baik oleh konsumen.



Gambar 1. 2 Lokasi produksi



Gambar 1. 3 Denah lokasi

Sumber: Google maps (2023)

Bisnis yang akan penulis dirikan berlokasi di Jalan raya Baturaden No. 174, Dusun I Karangmangu, Kec. Baturraden, kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53151. Lokasi tersebut merupakan lokasi yang penulis sewa, dengan luas tanah 20 x 15 dengan kondisi bangunan 1 lantai. lokasi yang penulis pilih memiliki lokasi yang strategis dikarenakan berada di jalan raya menuju ke Kota Purwokerto, disekitar lokasi bisnis yang akan penulis dirikan terdapat beberapa *coffee shop* yang mana akan menjadi aspek pendukung untuk usaha yang akan penulis dirikan.

C. Visi dan Misi

Visi dan Misi merupakan dua kata yang memiliki arti dimana, visi adalah keinginan individu/lembaga terhadap keadaan masa depan yang diinginkan/dicitakan oleh individu/seluruh anggota organisasi pada semua tingkatan manajemen sedangkan Misi Satu tingkatan manajemen. usaha, pemikiran, langkah–langkah formal untuk menciptakan misi, dimaksudkan untuk memperjelas tindakan apa yang diinginkan oleh pemilik perusahaan Anda dan menjadi pegangan untuk menjalankan bisnis Anda sekarang hingga masa yang akan datang hingga visi tersebut terwujud. Visi dan Misi merupakan suatu pedoman kerja dalam menjalankan usaha secara efektif dan efisien untuk mencapai hasil yang maksimal, yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh seluruh jajaran manajemen lini, yang pada akhirnya diharapkan menjadi budaya perusahaan suatu usaha (Suryadi, 2019).

Setelah mengetahui pengertian dari visi dan misi, maka penulis sudah memikirkan secara matang visi dan misi dari Semesta Coffee Roaster yang sedang

dirancang oleh penulis, berikut ini merupakan visi dan misi dari Semesta Coffee Roaster:

1. Visi

Menjadi Coffee roaster yang dikenal dan produk yang akan digunakan di coffee shop di seluruh Indonesia.

2. Misi

- a. Menawarkan produk yang berkualitas.
- b. Mempertahankan konsistensi kualitas bahan baku.
- c. Memenuhi kebutuhan permintaan pasar.
- d. Memberikan pelayanan yang memuaskan.
- e. Menjalin hubungan baik dengan konsumen.

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu metode atau kerangka kerja yang sering digunakan untuk menilai posisi seseorang individu, perusahaan, atau produk dalam perencanaan strategis. SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) (Hartono, 2023).

Menurut priansa (2009) analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan di dunia bisnis ini yang dilakukannya dalam proses perencanaan tersebut. Dengan analisa SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan.

Untuk meningkatkan daya saing dalam pasar bisnis diperlukan sekali pemikiran yang inovatif serta kreatif, dengan strategi analisa ini penulis berharap bisnisnya dapat mencapai tujuan. Berikut merupakan analisa SWOT dari perencanaan bisnis “Semesta *Coffee Roaster*” di Baturaden:

1. *Strength*

- a. *Coffee roaster* pertama yang mengolah biji kopi yang ada di baturraden.
- b. Pemilihan biji kopi dengan kualitas tinggi.
- c. Terdapat berbagai macam beans dan level *roaster*.

2. *Weaknesses*

- a. Kurangnya sumber daya manusia yang ahli dalam bidangnya.
- b. Memerlukan modal yang besar untuk bisnis ini.

3. *Opportunities*

- a. Biji kopi dengan kualitas tinggi yang memiliki kemasan yang dapat mempertahankan rasa.
- b. Peluang pasar yang besar dengan perkembangan serta kemajuan dari online system guna meningkatkan penjualan.

4. *Threats*

- a. Semakin menjamurnya usaha yang serupa diluar Baturraden sehingga meningkatkan daya saing Semesta *coffee roaster*.
- b. Bahan baku yang tidak banyak sehingga belum mencukupi kebutuhan pasar.

2. Spesifikasi Produk

Pengertian bisnis menurut Musselman adalah keseluruhan dari aktivitas yang diorganisir oleh orang yang tidak berurusan di dalam bidang industri dan perniagaan yang menyediakan barang dan jasa agar terpenuhinya suatu kebutuhan dalam perbaikan kualitas hidup.

Bisnis yaitu suatu organisasi yang menjual barang atau layanan pada *customer* atau bisnis lainnya, untuk memperoleh keuntungan. Secara historis kata bisnis berasal dari Bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang bermakna “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, maupun masyarakat. Dalam artian sibuk mengerjakan kesibukan serta pekerjaan yang mendapatkan keuntungan.

Menurut Fauzi (2011:123) pemasok atau yang biasa disebut sebagai supplier merupakan suatu Perusahaan atau individu yang menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh Perusahaan dan para pesaing untuk memproduksi barang dan jasa tertentu. Supplier harus mampu mengantisipasi para pesaing barang dan jasa tertentu. Supplier harus mampu mengantisipasi para pesaing berusaha meniru, menduplikasi atau mengalahkan saingan di berbagai variable diferensiasi yang menghasilkan keuntungan yang kompetitif.

Produk yang akan penulis tawarkan ini adalah produk biji kopi yang telah melalui proses pemanggangan, selain itu penulis juga menawarkan produk yang siap seduh guna mempermudah konsumen yang akan menikmati kopi dimanapun dan kapanpun yang tentunya memiliki kemasan yang bisa menjaga kualitas dari kopi yang akan penulis tawarkan.

3. Jenis Badan Usaha

Dalam perencanaan bisnis, pemilik usaha perlu memilih identitas bisnis yang akan digunakan, dan ini berkaitan dengan aspek legalitas perusahaan yang direncanakan. Pendaftaran usaha memberikan perlindungan hukum langsung kepada perusahaan. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor ekonomi yang sangat penting di Indonesia karena memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan distribusi pembangunan yang lebih merata (Fitriani, 2017).

Beberapa poin penting menurut Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil maupun Menengah antara lain:

1. UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif yang memiliki aset tidak lebih dari 10 miliar (untuk usaha mikro), Rp 50 miliar (untuk usaha kecil), atau Rp 500 miliar (untuk usaha menengah) dan memiliki omset tidak lebih dari 50 miliar per tahun (untuk usaha mikro dan kecil) atau Rp 500 miliar per tahun (untuk usaha menengah).
2. Perlindungan dan pengembangan UMKM, UU No.20 Tahun 2008 memberikan perlindungan dan pengembangan kepada UMKM, seperti memudahkan akses ke pembiayaan, memfasilitasi akses ke pasar, meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pengusaha UMKM, serta memberikan intensif dan fasilitas lainnya.
3. Pemerintah dan Lembaga terkait, UU No.20 Tahun 2008 menugaskan pemerintah dan Lembaga terkait untuk memberikan dukungan dan fasilitas pada

UMKM, seperti Dinas koperasi dan UKM, Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), dan Bank Indonesia.

4. Pengembangan kemitraan, UU No.20 Tahun 2008 mendorong pengembangan kemitraan antara UMKM dengan pelaku usaha lainnya, seperti perusahaan besar, BUMN, dan asosiasi usaha.

Dengan adanya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), diharapkan UMKM di Indonesia dapat tumbuh secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi yang lebih besar dalam ekonomi nasional. Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa jenis usaha yang direncanakan oleh penulis termasuk dalam kategori usaha mikro karena aset dari perencanaan bisnis ini memiliki nilai kurang dari 10 miliar rupiah.

4. Aspek Legalitas

Aspek legalitas mengacu pada tanggung jawab hukum yang harus ditaati oleh individu, perusahaan, atau organisasi ketika mereka menjalankan kegiatan atau usaha. Ini mencakup ketaatan terhadap semua persyaratan hukum yang berlaku, termasuk perundang-undangan, peraturan, dan ketentuan lain yang relevan dengan aktivitas tersebut.

Aspek legalitas dari UMKM meliputi berbagai hal, berikut adalah aspek legalitas yang perlu diperhatikan oleh UMKM antara lain:

1. Pendirian Usaha: UMKM harus memenuhi persyaratan legalitas dalam pendirian usaha, seperti memiliki izin usaha, surat izin usaha perdagangan (SIUP), dan Tanda Daftar Perusahaan (TDUP). UMKM juga harus memperoleh izin lokasi dan izin lingkungan jika diperlukan.

2. Perpajakan: UMKM harus memenuhi kewajiban perpajakan, seperti pendaftaran pajak, pembayaran pajak, dan pelaporan pajak secara tepat waktu dan akurat. UMKM juga harus memenuhi kewajiban administrasi perpajakan, seperti menyimpan bukti transaksi dan dokumen perpajakan dengan baik.
3. Tenaga Kerja: UMKM harus mematuhi peraturan ketenagakerjaan yang berlaku, seperti UU No.13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, dan peraturan pemerintah terkait hak dan kewajiban tenaga kerja, upah minimum, dan jaminan sosial.
4. Hak kekayaan intelektual: UMKM harus memperhatikan hak kekayaan intelektual dalam produksi dan pemasaran produknya, seperti paten, merek dagang, dan hak cipta. UMKM juga harus mematuhi peraturan terkait perlindungan kekayaan intelektual.
5. Perlindungan Konsumen: UMKM harus mematuhi peraturan terkait perlindungan konsumen, seperti UU No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, dan menyediakan informasi yang jelas dan akurat tentang produk dan layanan yang ditawarkan.
6. Keselamatan dan Kesehatan kerja: UMKM harus memperhatikan keselamatan dan Kesehatan kerja dalam menjalankan usahanya, seperti memastikan kondisi lingkungan kerja yang aman dan sehat, serta mematuhi peraturan terkait keselamatan dan Kesehatan kerja.
7. Sertifikasi halal pada UMKM: adalah proses pengakuan resmi yang diberikan oleh lembaga sertifikasi halal terhadap produk-produk UMKM yang memenuhi kriteria halal sesuai dengan aturan dan regulasi yang berlaku. Sertifikasi halal

ini menunjukkan bahwa produk-produk UMKM tersebut diproduksi sesuai dengan syariat Islam dan bebas dari bahan-bahan yang dianggap haram. Proses sertifikasi halal meliputi beberapa tahap, yaitu pendaftaran, audit, pengujian laboratorium, verifikasi dokumen, dan pengawasan produksi. Setelah berhasil memperoleh sertifikasi halal, produk UMKM akan diberikan label halal yang dapat menambah nilai jual produk tersebut di pasar.

Kepatuhan UMKM terhadap persyaratan hukum yang berlaku dapat mengurangi risiko dalam bisnis dan memperkuat posisi perusahaan di pasar. Oleh karena itu, sangat penting bagi UMKM untuk memiliki pemahaman yang baik tentang aturan hukum yang berlaku dan memastikan bahwa mereka mematuhi persyaratan tersebut ketika menjalankan usaha mereka.