

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebelum di dirikannya Atma Kopi pada tahun 2022, penulis sempat mendirikan kedai kopi dengan tema dan nama yang berbeda namun didalam lokasi yang sama. Nama kedai kopi tersebut yaitu Kedai Kopi Kamar, Kedai Kopi Kamar memiliki tema yang santai dengan suasana selayaknya kamar pribadi yang santai dan enjoi, sehingga para konsumen yang datang ke kedai ini akan merasakan kenyamanan dan ketenangan ketika menikmati seduhan minuman di kedai ini. Menu yang dijual di Kedai Kopi Kamar sama dengan apa yang akan dijual di Kedai Atma Kopi. Karena pada tujuan utama nya Kedai Kopi Kamar dan Atma Kopi memiliki tujuan yang sama, yaitu menjual minuman berbahan dasar kopi.

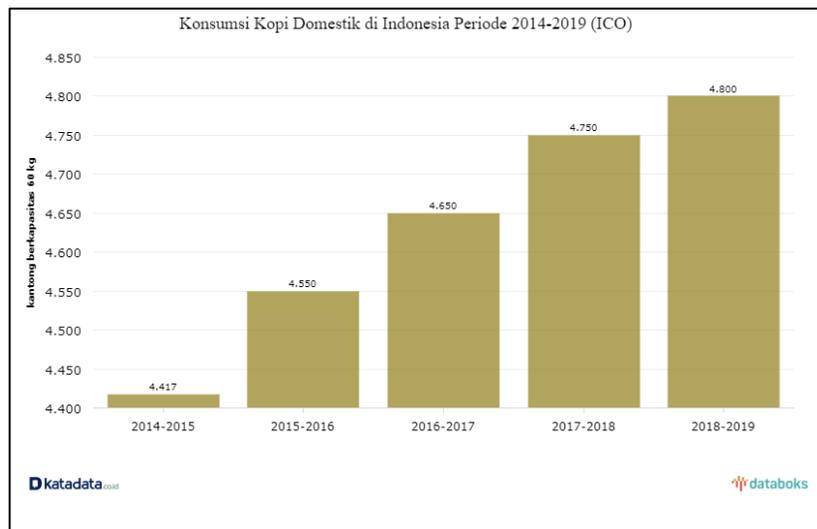
Kedai Kopi Kamar beroperasi kurang lebih 5 bulan, dimulai pada bulan Agustus pada tahun 2020 namun pada bulan Januari 2021 penulis memutuskan untuk merenovasi bangunan yang sudah berdiri agar terlihat seperti kedai pada umumnya. Renovasi bangunan berakhir pada bulan Desember 2021, dan penulis memutuskan untuk mengganti tema dan nama pada kedai ini menjadi Kedai Atma Kopi, dikarenakan agar memiliki wajah dan penampakan yang baru tanpa menghilangkan keaslian pada suasana sebelumnya dengan tetap menjual menu yang sama dan menonjolkan kopi daerah Nagreg sendiri.

Kopi merupakan suatu jenis minuman yang dihasilkan dari seduhan biji kopi yang telah di sangrai lalu di haluskan. Kopi merupakan salah satu produk yang

bisa diperjual belikan didunia dan telah dibudidayakan lebih dari 50 negara. Indonesia merupakan salah satu dari beberapa negara yang membudidayakan tanaman kopi tersebut. Melonjak nya jumlah konsumsi kopi pada Masyarakat di Indonesia menjadikan banyaknya daerah di Indonesia menjadi penghasil kopi terbaik. Menurut data International Coffee Organization pada tahun 2014 – 2015 konsumsi kopi di Indonesia sangat minim dan terjadi lonjakan yang sangat besar pada tahun selajutnya yaitu pada tahun 2018 – 2019 terhadap konsumsi kopi di Indonesia. Adapun tabel data statistiknya sebagai berikut.

GAMBAR 1

DATA STATISTIK KONSUMSI KOPI DI INDONESIA



Sumber : Internatioal Coffee Organization (ICO), 2020

Berdasarkan tabel berikut terjadinya lonjakan konsumsi kopi nasional pada tahun 2014 hingga pada tahun 2019, sekitar tahun 2018 – 2019 jumlah konsumsi penikmat kopi nasional mencapai 4800 kantong dengan jumlah 60 kilogram. Padahal pada periode 2014 – 2015 jumlah kopi nasional hanya mencapai 4417

kantong dan pada tahun berikutnya pada tahun 2015 – 2016 mengalami lonjakan sekitar 4450 kilogram.

Pohon kopi robusta dan pohon kopi arabica merupakan dua jenis pohon kopi yang dikenal oleh masyarakat luas. Menikmati secangkir kopi ataupun biasa disebut “ngopi” atau “berkopi” sudah menjadi budaya baru untuk masyarakat Indonesia dari remaja hingga usia tua, sebagai bentuk ramah tamah atau pun teman untuk berdiskusi dan penambah fokus untuk bekerja. Industri kopi pada saat ini menjadi tren yang sedang naik yaitu terdapatnya berbagai jenis kopi di Indonesia khususnya Jawa Barat sebagai penghasil biji kopi yang sangat beragam di Indonesia. Perkebunan penghasil kopi di Jawa Barat diantaranya berada di daerah Ciwidey, Gunung Puntang, Gunung Halu, Cibeber, Manglayang, Sugimukti, dan masih banyak lagi. Pada wilayah Nagreg sendiri memiliki pohon perkebunan kopi seluas 12 hektar atau 120.000 meter persegi. Pada lahan seluas 12 hektar terdapat 40.000 pohon kopi terdiri dari 20.000 pohon kopi robusta dan 20.000 pohon kopi arabika. Wilayah Nagreg sendiri memiliki tinggi 848 MDPL (Meter Di Bawah Permukaan Laut) (sumber : Badan Informasi Geospasial). Pada ketinggian tersebut cocok di tanami pohon kopi jenis Arabika dan Robusta, menurut Balai Penelitian Tanaman Industri dan Penyegar Kementerian Pertanian, ketinggian tempat yang sesuai untuk pertumbuhan dan produksi tanaman kopi untuk pohon kopi Arabika dan Robusta yaitu berkisar antara 100-1000 MDPL. Sehingga pada wilayah Nagreg cocok di tanami pohon kopi jenis Arabika dan Robusta karena memiliki ketinggian 884 MDPL. Di satu sisi tempat kami yaitu, Kecamatan Nagreg

Kabupaten Bandung belum ada *coffee shop* sedangkan banyak permintaan akan kenikmatan seduhan kopi tersebut sehingga penulis tertarik untuk membuat *coffee shop* di wilayah Nagreg ini dengan judul “PERENCANAAN BISNIS KEDAI “ATMA KOPPI” DI NAGREG KABUPATEN BANDUNG”

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang di lakukan dengan tujuan mendapatkan keuntungan, kegiatan bisnis ini berupa menjual barang atau jasa yang di lakukan oleh perseorangan atau kelompok kepada pembeli atau kepada pebisnis lainnya. Bisnis diambil dari bahasa Inggris “*business*” yang berasal dari kata dasar *busy* yang mempunyai arti sibuk. Secara keseluruhan bisnis dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dapat menguntungkan bagi pelakunya. Pada dasarnya, tujuan dari kegiatan bisnis ini adalah menjual sebuah produk atau jasa kepada masyarakat untuk mendapatkan keuntungan bagi pelaku bisnis tersebut.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Logo merupakan sebuah identitas yang mempunyai arti dan makna tersendiri bagi suatu lembaga atau sebuah perusahaan. Logo akan menjadi suatu ciri khas bagi pembuatnya dan akan menjadikan ikon, sehingga orang akan mengingat tanpa harus dijelaskan lebih lanjut. Penulis menentukan nama untuk sebuah usaha yang akan dijalani dengan nama “Atma Kopi”. Atma Kopi

sendiri memiliki arti dan makna tersendiri, yaitu sebagai tempat kebangkitan jiwa – jiwa manusia yang telah mati, pikirannya, dan perasaannya. Jiwa – jiwa manusia itu harus dipantik lalu dihidupkan kembali dengan seutuhnya dan sebagaimana mestinya, ditempat ini.

GAMBAR 2
LOGO ATMA KOPI



Sumber : Olahan Penulis

Pemilihan nama tersebut memiliki makna yang dalam bagi penulis, sehingga menimbulkan rasa semangat dalam menjalankan usaha ini. Adapun arti pada logo tersebut yaitu Warna Coklat pada dua biji kopi sebagai produk inti melambangkan sebuah jiwa, Warna biru memiliki dua warna yang berbeda dan melambangkan sebuah air karena pada dasarnya setiap manusia berjalan dan hidup layaknya sebuah air mengalir, dan Warna Jingga sebagai matahari melambangkan jiwa jiwa manusia yang bersinar, dan memiliki inspirasi serta pencapaian setelah mendatangi kedai ini.

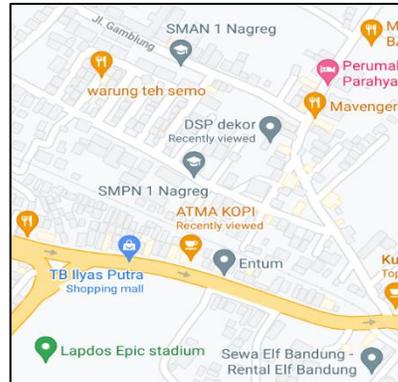
3. Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat Perusahaan)

Identitas bisnis merupakan alat untuk memperjelas kontak atau alamat yang di gunakan penulis. Penulis memilih lokasi Jl. Raya Bandung – Garut

ByPass Cicalengka No. 100, Desa Nagreg, Kecamatan Nagreg, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, Indonesia, 40215. Sebagai tempat perencanaan bisnis ini.

GAMBAR 3

LOKASI ATMA KOPI



Sumber: googlemaps.com

C. Visi dan Misi

1. Visi

Untuk memulai usaha ini penulis memiliki visi yaitu menjadikan usaha kedai kopi asli Nagreg dikenal di wilayah Kabupaten Bandung maupun dikenal pada skala nasional.

2. Misi

Penulis memiliki misi untuk menunjang visi tersebut yaitu:

- Membuat harga yang kompetitif.
- Memberikan edukasi pasar mengenai kopi asli Nagreg.
- Mengenalkan dan Memasarkan biji kopi asli dari daerah Nagreg keluar daerah.

D. SWOT Analisis

Dalam perencanaan sebuah bisnis, penulis perlu menganalisis peluang dan hambatan yang akan dihadapi, pada kesempatan ini penulis memilih analisis SWOT sebagai alat untuk menganalisis sebuah usaha yang akan penulis bangun. Analisis SWOT adalah singkatan dari *strenghts* yang memiliki arti kekuatan, *weakness* memiliki arit kelemahan, *opportunity* memiliki arti peluang dan *threats* memiliki arti hambatan.

Tujuan dari penulis menggunakan analisis SWOT sebagai alat untuk menganalisa sebuah usahanya yaitu untuk mendapatkan sebuah informasi penting dalam aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan juga hambatan pada usaha yang akan penulis lakukan. Berikut adalah analisis SWOT dari Kedai “Atma Kopi”.

TABEL 1
SWOT ANALYSIS

<i>Strenghts</i> (kekuatan)	<i>Weakness</i> (kelemahan)
<ul style="list-style-type: none"> • Cita rasa kopi yang unik karena memiliki ciri khas pada rasa yang sangat asam dan juga memiliki aroma fruity juga memiliki rasa seperti buah sawo • Memberikan <i>costumer service</i> yang baik kepada semua tamu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Banyak masyarakat pedesaan yang kurang menggemari seduhan kopi dengan metode baru.

<ul style="list-style-type: none"> Memiliki ciri khas tersendiri pada setiap produk nya. 	
<i>Opportunity</i> (peluang)	<i>Threats</i> (hambatan)
<ul style="list-style-type: none"> Memiliki pesaing yang sedikit karena berada di sebuah pedesaan. Terdapat beberapa sekolah umum di sekitar tempat usaha yang menjadikan sebab penulis membangun sebuah kedai di daerah tersebut. 	<ul style="list-style-type: none"> Tempat usaha berada di jalur cepat lintas provinsi. Edukasi kepada masyarakat sekitar tentang produk yang akan penulis jual.

Sumber : Olahan penulis 2022

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Dalam menjalankan suatu usaha adanya spesifikasi produk atau jasa yang akan ditawarkan oleh setiap pelaku usaha yang akan menjalani usahanya. Berikut adalah produk yang akan penulis tawarkan, yaitu :

- Kopi : V60, Vietnam Drip, Kopi Tubruk, Japanese, Atma Iced
- Milk based : Iced Solat, Iced Suma, Red Iced, Iced Socha

F. Jenis/Badan Usaha

Pada saat pembuatan suatu usaha memerlukan jenis/badan usaha yang akan di pergunakan. Badan usaha yang penulis gunakan ialah Badan Usaha Persekutuan Perdata, yaitu usaha didirikan oleh dua orang atau lebih yang umumnya memiliki profesi yang sama serta ingin bergabung dengan menggunakan nama bersama.

Penjelasan tersebut ada dalam KUH Perdata Pasal 1616, persekutuan perdata diartikan sebagai sebuah perjanjian antara dua orang atau lebih yang terlibat dan mengikatkan diri untuk menyetorkan sesuatu ke dalam persekutuan yang dibuat dengan tujuan untuk membagi keuntungan yang terjadi didalam persekutuan.

G. Aspek Legalitas

Dalam setiap usaha yang akan dijalani oleh setiap pelaku usaha, perlu adanya aspek legalitas yang mendukung suatu usaha itu dapat berjalan. Adapun beberapa dokumen yang harus dipersiapkan sebagai penunjang terbentuknya suatu usaha yaitu :

- Surat izin mendirikan lahan bangunan
- Surat izin melakukan kegiatan usaha

Merujuk pada pasal 1624 KUH Perdata, persekutuan berlaku sejak adanya perjanjian, dan dalam perjanjian ini tidak adanya syarat lain. Adapun perjanjian ini dilakukan oleh pelaku baik berupa lisan maupun tulisan.

- Surat izin usaha perdagangan

Berdasarkan pada pasal 24 ayat 1 undang – undang nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan menyatakan pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha perdagangan wajib memiliki perizinan di bidang perdagangan yang di berikan oleh menteri.

- Nomor Pokok Wajib Pajak / NPWP.
- Memiliki Nomor Pokok Wajib pajak atas nama Pemilik.