

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Majalengka merupakan sebuah kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Barat dan juga merupakan sebuah daerah yang sangat kaya akan keindahan alamnya, sebelum adanya bandara (Kertajati *International Airport*) wisata diMajalengka tidak terekspose secara menyeluruh, tetapi setelah dibangunnya bandara, wisata di Majalengka semakin terekspose dan kian melonjak, Majalengka sendiri merupakan suatu daerah yang sedang mengalami pertumbuhan yang pesat, sehingga bisa terbukanya peluang usaha *Coffee shop* karena sedikitnya jumlah *Coffee shop* yang ada di Kabupaten ini berikut di bawah ini merupakan pertumbuhan penduduk di Kabupaten Majalengka:

Tabel 1
KUNJUNGAN PARIWISATA DI MAJALENGKA

NO	TAHUN	KUNJUNGAN
1	2017	131.164
2	2018	589.843

Sumber: Dinas Pariwisata Majalengka

Terkait dari data diatas terlihat kenaikan kunjungan pariwisata ke Majalengka sangat pesat yaitu hampir sebesar 450% dari tahun 2017 hingga 2018, Untuk data 2019 hingga 2021 penulis tidak menemukan data dari sumber yang terpercaya dikarenakan kurangnya data penulis menyimpulkan bahwa adanya penurunan yang cukupsignifika di 2019 di karenakn pandemi Covid19 hingga 2021 tetapi di masa PPKM level 3 saat ini diMajalengka kenaikanya mungkin terjadi lagi dengan pesat.

Tabel 2
PENDUDUK KABUPATEN MAJALENGKA 2016-2020

NO	TAHUN	JUMLAH PENDUDUK	KENAIKAN	PERSENTASE%
1	2016	1.193.725	11.616	0,0097
2	2017	1.188.004	-5.721	-0,0048
3	2018	1.199.300	11.296	0,0094
4	2019	1.205.034	5.734	0,0048
5	2020	1.210.709	5.675	0,0047

Sumber: Badan Pusat Statistik Majalengka 2016 - 2020

Bisa dilihat dari tabel diatas penduduk Majalengka yang semakin tahun bertambah maka adanya kebutuhan terhadap makanan dan minuman akan bertambah mengingat Majalengka masih sangat sedikit *Coffee Shop* yang menarik, padahal Majalengka merupakan suatu daerah yang memilik Prospek

yang bagus untuk terbukanya banyak peluang usaha bisa dilihat dari pertumbuhan Penduduk dan Wisata yang kian tahun semakin bertambah.

Tabel 3
DATA HASIL KUISIONER MASYARAKAT MAJALENGKA YANG MENGGEMARI COFFEE SHOP

N: 40

Pertanyaan	Respons
Apakah anda tertarik akan adanya coffee shop baru di Majalengka?	YA : 100 % TIDAK : 0 %
Apakah anda lebih suka menghabiskan waktu di Coffee shop?	YA : 57,1% TIDAK : 42,9 %
Apakah anda tertarik dengan coffee shop bertema industrial dan minimalis (instagramable)?	YA : 95,2 % TIDAK : 4,8%
Coffee shop bertema seperti apa yang membuat anda tertarik?	Instagramable Minimalis / simple Harga murah

Berapakah usia anda saat ini?	16 - 19 = 11,8%
	19 - 22 = 82,4%
	22-25 = 5.8 %

Sumber: Kueisioner

Keterangan: Pengisian Kueisioner dilakukan, Oleh Sebgaian Penduduk Majalengka yang berusia 16-25 tahun Pria maupun Wanita dan berjumlah 40 orang.

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa ketertarikan masyarakat Majalengka, Terhadap *Coffee Shop* sangat besar, Dari tabel di atas juga Masyarakat. Majalengka sangat tertarik akan adanya *Coffee Shop* yang ber Tema *Instagramable* (Minimalis dan Industrialis) dan dengan harga yang bersaing dengan pasar yang sudah ada, disini penulis melihat sebagai peluang yang sangat menguntungkan karena adanya ketertarikan pasar yang sangat besar, dari tabel di atas jugapenulis bisa menyimpulkan untuk pasar *Coffee Shop* di Majalengka adalah kalangan yang berumur 16-22 tahun.

Tabel 4

PESAING USAHA LANGSUNG DI KABUPATEN MAJALENGKA DISEKITAR LOKASI USAHA

Setiap usaha yang didirikan pasti memiliki pesaing, maka sepatutnya sebagai pengusaha ataupun wirausahawan, wajib melihat kelebihan yang dimiliki oleh usaha yang sedang didirikan. Bersumber pada *business plan* yang penulis gunakan terdapat pesaing *coffee shop* langsung yaitu:

NO	COFFEESHOP	ALAMAT
1	Kedai kopi Apik	Jl. Satari No.239
2	Humble Coffee Shop	Jl. Raya K H Abdul Halim No.119
3	Ambet Kasih Coffee shop	Jl. Emen Slamet No.46

Sumber: Olahan penulis 2021

Ketiga *Coffee Shop* diatas hampir memiliki konsep yang serupa dengan memanfaatkan lahan rumah menjadi tempat usaha, ketiganya juga memiliki menu yang hampir serupa seperti kopi, makanan berat dan *dessert* tetapi menurut penulis dari segi rasa dan tempat diMajalengka sendiri belum terdapat banyak *Coffee Shop* yang belum bisa memuaskan keinginan konsumen dan juga pasar dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 5
DATA HASIL KUESIONER KEPUASAN MASYARAKAT
MAJALENGKA TERHADAP COFFEE SHOP

Pertanyaan	Respons
Apakah anda sudah merasa puas terhadap kualitas <i>Coffee Shop</i> di	YA: 23,5 %

Majalengka?	TIDAK: 76,5 %
Apa yang membuat anda belum puas dalam mengunjungi <i>Coffee Shop</i> di Majalengka?	RASA: 52,9 TEMPAT: 47,1%
Apakah anda tertarik jika di bangun <i>Coffee Shop</i> bertema Industrialis?	YA: 94,1% TIDAK :5,9%

Sumber: Kueisioner

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa konsumen di Majalengka kurang puas terhadap kualitas yang diberikan dan juga rasa yang diberikan padahal masyarakat Majalengka sangat membutuhkan kualitas dari segi rasa maupun tempat padahal Majalengka memiliki prospek yang bagus untuk di bangunnya *Coffee Shop*, maka dari itu penulis berinisiatif untuk membangun *Coffee Shop* bertema kan Industrialis dan Minimalis, konsep minimalis dapat diartikan sebagai konsep/tema yang mensederhanakan sesuatu yang tidak perlu atau dan hanya memakai elemen yang penting saja dan industrialis merupakan konsep/tema yang menjadikan *Unfinished* menjadi konsep itu sendiri dan terkesan *to the point*

Kopi adalah minuman yang sangat di gandrungi di Indonesia dan industri Kopi juga kian tahun mengalami pertumbuhan yang sangat pesat

membuktikan bahwa masyarakat Indonesia sangat menggemari Kopi, dan merupakan gaya hidup, banyaknya *Coffee Shop* yang semakin hari semakin berkembang membuat penulis tergerak untuk membuat *Coffee Shop* yang bertema Industrialis dan Minimalis (Instagramable) di Majalengka karena belum memiliki *Coffee Shop* yang menurut penulis kurang memuaskan, padahal *Coffee Shop* itu sendiri adalah tempat yang semakin berkembang dalam beberapa tahun terakhir, terutama di Kabupaten Majalengka, dan semakin berkembangnya gaya hidup masyarakat dan bervariasinya kebutuhan konsumen menjadikan *Coffee Shop* menjadi tempat untuk memuaskan para penikmat kopi dengan menyuguhkan rasa dan konsep tempat yang memiliki ciri khas tersendiri pada tema *Coffee Shop* tersebut, hal ini bertujuan untuk memenuhi selera konsumen.

Coffee Shop menjadi tempat yang semakin berkembang dalam beberapa tahun terakhir terutama di Kabupaten Majalengka, berkembangnya gaya hidup masyarakat dan bervariasinya kebutuhan konsumen menjadikan cafe menjadi tempat untuk menyediakan keinginan konsumen dengan menyuguhkan berbagai macam konsep dengan memiliki ciri khas yang berbeda-beda pada tema *Coffee Shop* tersebut, hal ini memudahkan konsumen untuk bisa menikmati minuman atau makanan dengan konsep sesuai selera konsumen masing-masing,

Dikutip oleh Marsum (2001), *Coffee Shop* adalah salah satu jenis restoran yang ada di dunia ini. Setiap restoran memiliki konsep yang berbeda-

beda, seperti namanya, Coffe Shop atau Kedai Kopi. Di dalam restoran ini menyediakan berbagai macam olahan kopi serta kudapan kecil sebagai pelengkap. Coffe Shop adalah tempat kalian bisa menikmati kopi darimulai Espresso, Americano, Cappucino, Latte dan masih banyak lagi. Serta beberapa kudapan kecil untuk cemilan teman minum kopi (bukan makanan berat).

B. Gambaran umum bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis adalah usaha yang dijalankan secara individu maupun berkelompok yang menawarkan produk ataupun jasa untuk menghasilkan keuntungan berupa laba, menurut sejarah kata bisnis berakar dari bahasa Inggris "*business*", dari kalimat "*busy*" diartikan "sibuk", dan jika menurut definisi merupakan organisasi yang menjual bisa berupa barang dan jasa untuk di berikan ataupun di salurkan kepada konsumen.

Cikupi adalah *Coffee Shop* yang bertemakan Industrialis Dan Minimalis yang akan didirikan di Majalengka , pemilihan dari nama tempat tersebut berasal dari kata "cai" dan "kopi" dalam Bahasa Sunda yang berarti air dan kopi , dari pemilihan nama itu sendiri, pemilik ingin mengangkat bahasa lokal daerah, menurut penulis dengan memakai bahasa yang unik dan membawa kearifan lokal dan dapat memberikan rasa familiar terhadap konsumen terutama di Majalengka penulis memilih tema ini karena diMajalengka belum banyak terdapat tempat Kopi yang

bertemakan seperti Cikupi dan bisa menjadikan daya tarik yang baru untuk konsumen diMajalengka.

2. Deskripsi Logo dan Nama

GAMBAR 1

LOGO



Sumber: olahan penulis 2021

Logo merupakan gambar ataupun sketsa yang dilihat pertama kali , dalam pembuatan sebuah logo harus mencerminkan sebuah arti yang positif dan dapat diterima oleh masyarakat dari logo yang penulis pilih menunjukkan kesan sederhana dan mudah dimengerti agar dapat di terima

semua kalangan masyarakat dan mudah diingat , dalam pewarnaan logo yang penulis ambil yaitu warna coklat yang berarti kopi dan warna coklat juga berarti unsur alam / bumi yang memberikan kesan mengayomi dan dapat di terima tetapi kuat dan tegas, sejalan dengan Cikupi yang ingin memberikan kesan nyaman, aman, dapat dipercaya dan mudah di terima oleh semua kalangan.

3. Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat Perusahaan)

Cikupi berlokasi di Jl. Pemuda (Majalengka Kulon), (Kec. Majalengka) Kabupaten Majalengka Jawa Barat Kode Pos: 45418.



GAMBAR 2
LOKASI USAHA



Sumber: Google Maps, 2018

C. Visi dan Misi

a) VISI

Menjadikan Cikupi menjadi *Coffee Shop* yang menghadirkan kopi yang terbaik dan berkualitas

b) MISI

- Mengutamakan kualitas bahan baku terbaik
- Memilih SDM berkualitas terbaik
- Memiliki mesin kopi terbaik dan peralatan terbaik
- Selalu memberikan inovasi dalam penyajian maupun resep

D. SWOT Analysis

Pembuatan sebuah bisnis terdapat hal penting untuk di jalankan seperti berpikir kreatif dan inovatif dalam membuat sebuah produk dan membuat perubahan yang bisa mendatangkan lebih banyak lagi pengunjung, dalam meningkatkan daya saing didunia bisnis perlu di lakukan analisis SWOT (*strenght, weakness, oportunity, threat*) untuk mengetahui kelemahan dan kekurangan bisnis yang akan di bangun, “Menurut Freddy Rangkuti, analisis SWOT merupakan pengidentifikasian secara sistematis terhadap berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, tetapi pada saat yang sama meminimalkan kelemahan dan ancaman”.

Penulis melakukan research keinginan *Customer* melalui SWOT *Analysis*, karena dengan menggunakan SWOT *Analaysis* penulis akan tahu harus membuat startegi apa dan membuat *value* untuk *customer* memilih “Cikupi” dibandingkan dengan *Competitor*, Berikut adalah SWOT *Analysis* yang sudah dilakukan oleh penulis:

a. *Strenght* (Kekuatan)

Kekuatan pada Cikupi adalah dan pemilihan Bahan Baku biji kopi terbaik yang terbaik dengan pengemasan yang berkualitas, tetapi dengan harga murah dan bersaing didukung dengan tema Cikupi itu sendiri yaitu tema Industrial yang memberikan kesan nyaman terhadap *customer*.

b. Weakness (Kelemahan)

SDM yang masih membutuhkan banyak *Training* untuk memberikan kualitas dan cita rasa terbaik.

c. Opportunity (Peluang)

Membuat sistem Franchise agar mudahnya melakukan ekspansi dalam Business kopi dan Sedikitnya pesaing yang memiliki konsep seperti ini

d. Threat (Ancaman)

Adanya kompetitor yang bisa meniru konsep maupaun menu dari Cikupi

E. Spesifikasi Produk

Menurut Kotler & Armstrong (2008: 346), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan atau dikonsumsi guna memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual, berikut ini penulis tampilkan spesifikasi produk dari *coffee shop* Cikupi:

GAMBAR 3
SPESIFIKASI PRODUK



Sumber: Olahan penulis (2021)

F. Jenis atau Badan usaha

Pengertian Badan Usaha adalah suatu bentuk usaha yang didirikan oleh

perseorangan mauapun organisasi untuk melakukan suatu kegiatan skala produksi yang di atur dalam undang-undang, dan juga mempunyai tempat tinggal permanen, dan bertujuan untuk menghasilkan keuntungan”

Coffee Shop dan *Coffee House* itu dipersamakan di mata hukum. bagi usaha yang bergerak di bidang kedai kopi tentu wajib memiliki izin usaha TDUP (Tanda Daftar Usaha Pariwisata) Kedai Kopi/coffee shop Dalam UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah, pengertian UMKM dibagi berdasarkan skalanya:

- Usaha Mikro
- Usaha Kecil
- Usaha Menengah
- Usaha Besar.

Meski undang-undang tersebut khusus membahas tentang (UMKM), tetapi pengertian bidang usaha dengan skala produksi , digolongkan sebagai usaha besar pun tetap dibahas pengertiannya, menurut UU no.28 tahun 2008 sebuah usaha , dapat disebut usaha mikro, jika bidang usaha tersebut merupakan usaha yang produktif milik perseoranga dengan kekayaan paling banyak sebesar RP.50.000.000 di luar tanah dan bangunan tempat usaha dan pendapatan tahunan untuk usaha mikro pun di batasi hingga RP.300.000.000 /tahun nya ,maka dari itu Cikupi memilih badan usaha UMKM (usahamikro, kecil dan menengah) , dengan adanya upaya Pemerintah dalam mendukung

(UMKM) dengan cara mensesederhanakan prosedur untuk perijinan melalui sistem one single submission (OSS) merupakan perizinan online terpadu melalui sistem elektronik yang terintegrasi, adanya keringanan untuk biaya maupun perijinan untuk pembentukan Usaha Kecil dan adanya pembebasan biaya untuk perijinan bagi usaha mikro serta adanya upaya pembiayaan yang bisa dilakukan oleh usaha mikro kecil (UMK) maka dari itu penulis memilih usaha Cikupi sebagai jenis usaha (UMKM).

G. Aspek Legalitas

Aspek adalah tanda atau sudut pandang, kemunculan atau interpretasi ide, masalah, situasi, sebagai pertimbangan dari sudut pandang tertentu dan kategori gramatikal kata kerja yang menunjukkan durasi dan sifat tindakan., sedangkan Legalitas adalah sah atau sudah di resmikan syarat untuk membangun (UMKM) yaitu:

Diperlukannya Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) dan juga Ijin Usaha Mikro Kecil (IUMK) agar usaha tersebut sah secara hukum dan membuat badan usaha tersebut di percaya oleh semua pihak apabila ingin mendirikan UMKM, diperlukan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) agar usaha tersebut sah di mata hukum dan di percaya legalitasnya Berikut adalah syarat untuk membuat SIUP :

- Mengajukan permohonan rekomendasi kepada walikota atau Bupati.
Pastikan dan mengisi formulir surat rekomendasi serta memberikan informasi tentang luas tanah usaha, lokasi, status tanah, kondisi

fisik, dan di lengkapi dengan foto kopi KTP, foto kopi NPWP, foto kopi tanda lunas PBB, gambar situasi , bukti kepemilikan tanah, IMB bangunan, serta surat izin dari masyarakat sekitar dan sepengetahuan lurah dan camat di daerah tersebut.

- Membuat pengajuan permohonan izin gangguan
- Melengkapi suratpernyataan kesanggupan untuk mematuhi ketentuan-ketentuan teknis.
- Membuat Tanda Daftar Industri (TDI)
- Surat Izin Usaha Perdagangan
- Tanda Daftar Perusahaan
- Nomor Pokok Wajib Pajak
- Surat Keterangan Domisili

Dengan melihat peluang pasar yang terus berkembang dan mendukung beberapa aspek yang digunakan dalam usaha tersebut, maka penulis ingin menyusun sebuah Proyek berupa Business Plan berdasarkan teori-teori yang dijelaskan dan juga postulat dalam rangka menjual semua produk minuman kopi dengan judul “PERENCANAA BISNIS CIKUPI *COFFEE SHOP* DI MAJALENGKA”.