

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya zaman maka semakin banyak pula persaingan yang muncul di kalangan wirausahawan untuk berlomba-lomba mengembangkan ide bisnis yang dapat diterima dan dinikmati oleh masyarakat di sekitarnya. Keinginan untuk sukses dalam berbisnis adalah salah satu tujuan yang dimiliki oleh mereka para wirausahawan yang berani mengutarakan idenya menjadi sebuah bisnis yang bergengsi di kalangan masyarakat.

Pengertian wirausahawan sendiri adalah orang yang memiliki keberanian untuk mengambil resiko, mampu melihat dan menilai kesempatan berbisnis, keteladanan dalam menangani usaha dengan berpegang pada kemampuan sendiri (Purwanto, 2007). Ketika seseorang dapat melihat peluang yang ada, maka disitulah akan muncul sebuah ide untuk membentuk sebuah usaha dimana usaha tersebut mampu memberikan keuntungan bagi dirinya sendiri juga bagi lingkungan di sekitar lingkungan hidupnya. Selain itu, wirausahawan mampu melihat hal apa yang sedang *viral* pada kalanya. Dan untuk saat ini, *coffee shop* merupakan salah satu jenis usaha yang sedang *viral* dan banyak diminati oleh segala usia.

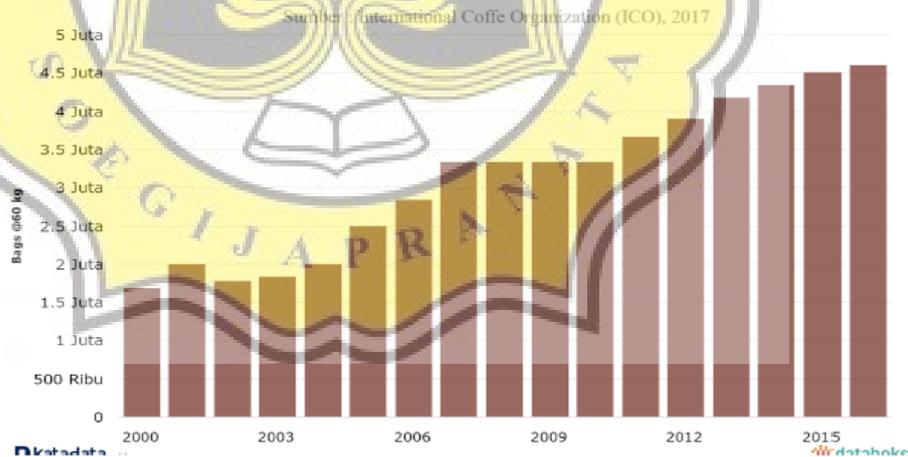
Coffee shop atau kedai kopi sedang menjadi salah satu fokus bagi semua kalangan masyarakat, mulai dari para remaja hingga kaum dewasa. Tak heran lagi dengan banyaknya *coffee shop* di lingkungan sekitar kita. Kopi menjadi salah satu kebutuhan yang wajib ada di sela-sela kegiatan, atau dengan kata lain kopi sudah menjadi gaya hidup masyarakat yang memiliki keterkaitan dengan pola konsumsi masyarakat itu sendiri.

Munculnya banyak *coffee shop* selain disebabkan dengan melonjaknya penikmat kopi di Indonesia disebabkan pula karena adanya

keinginan untuk meningkatkan eksistensi dalam kehidupan sosialisasi di kalangan remaja. Sosialisasi diri di lingkungan sebaya para remaja saat ini bisa dibidang dapat diukur dari sering atau tidaknya *nongkrong* di café baru yang ada di kota mereka masing-masing.

Kesuksesan sebuah bisnis juga dilihat dari loyalitas konsumennya, dimana loyalitas bisa didapatkan oleh sebuah bisnis ketika bisnis tersebut memberikan sebuah pelayanan yang baik atau memberikan kepuasan terhadap produk yang disajikan, serta kenyamanan dalam menikmati produk yang disajikan tersebut.

Perencanaan bisnis yang akan peneliti rencanakan adalah pengadaan *coffee shop* (kedai kopi). Ditinjau dari *International Coffee Organization (ICO)* tahun 2017, penikmat kopi di Indonesia pada tahun 2000 hingga 2016 mengalami peningkatan yang cukup pesat. Dengan sumber data ini, maka peneliti menganggap bahwa potensi bisnis di bidang *coffee shop* cukup menjanjikan karena tidak ada penurunan selama 6 tahun terakhir.



Gambar 1.1 – Data penikmat kopi di Indonesia tahun 2000 – 2016

Saat ini konsumen menganggap bahwa kopi menjadi salah satu kebutuhan sebelum memulai kesibukan mereka, atau sebagai teman dalam menyelesaikan pekerjaan mereka. Tak heran, banyak *coffee shop* yang

muncul di dekat sekolah, kawasan perkantoran, atau di daerah yang mudah dijangkau oleh semua kalangan. Dari sebab tersebut, peneliti memiliki ide bisnis untuk menciptakan sebuah *coffee shop* (kedai kopi) di Semarang yang akan memberikan fasilitas, pelayanan, varian menu dan suasana nyaman sehingga pelanggan dapat menikmati secangkir kopi dan menikmati suasana yang ada. Konsep pada *coffee shop* ini adalah *vintage* dimana *coffee shop* ini lebih berfokus ke tempat yang nyaman dengan menjunjung tinggi rasa kopi yang ada. Namun pada kesempatan kali ini, peneliti akan lebih berfokus pada perencanaan bisnis yang ditinjau dari dua aspek, yaitu aspek Pasar dan Pemasaran serta aspek Keuangan.

Dengan konsep *vintage*, peneliti memiliki target pasar mayoritas adalah kalangan remaja, mahasiswa hingga orang dewasa yang membutuhkan *working space* yang tenang serta nyaman sehingga dapat lebih berfokus dalam menyelesaikan pekerjaan mereka. Dilihat dari banyaknya mahasiswa serta para pekerja yang sering kali menempati *coffee shop* untuk menyelesaikan tugas ataupun bekerja, **Paborito Coffee** akan memberikan fasilitas wifi serta stop kontak yang cukup memadai supaya para customer dapat bekerja dengan nyaman tanpa resah kekurangan stop kontak yang menjadi salah satu sumber daya bagi *gadget* mereka. Harga yang akan dipatok oleh **Paborito Coffee** merupakan harga yang standard dan masih terjangkau oleh semua kalangan. *Coffee Shop* ini akan mulai beroperasi mulai dari jam 10 pagi hingga jam 10 malam yang bagi peneliti merupakan jam efektif dan efisien bagi *coffee shop* beroperasi. Selain itu, tidak hanya kopi, melainkan juga tersedia menu non-kopi yang disediakan bagi mereka yang bukan pecinta kopi serta snack pendamping untuk melengkapi waktu kerja para konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut latar belakang tersebut, maka peneliti menarik sebuah rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu : **“Bagaimana penyusunan**

perencanaan bisnis kedai kopi *Paborito Coffee* yang berfokus pada Aspek Pasar dan Pemasaran serta Aspek Keuangan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah: **Menyusun rencana bisnis *Paborito Coffee* dari aspek Pemasaran, aspek Keuangan, Aspek Operasi dan aspek SDM namun akan lebih berfokus pada dua aspek yaitu aspek Pasar dan Pemasaran serta aspek Keuangan.**

1.4 Manfaat Penelitian

a. **Manfaat Teoritis**

Manfaat dari perencanaan bisnis ini berisi manfaat bagi penelitian selanjutnya.

b. **Manfaat Praktis**

Perencanaan bisnis ini memiliki manfaat untuk implementasi perencanaan bisnis *Paborito Coffee*

