

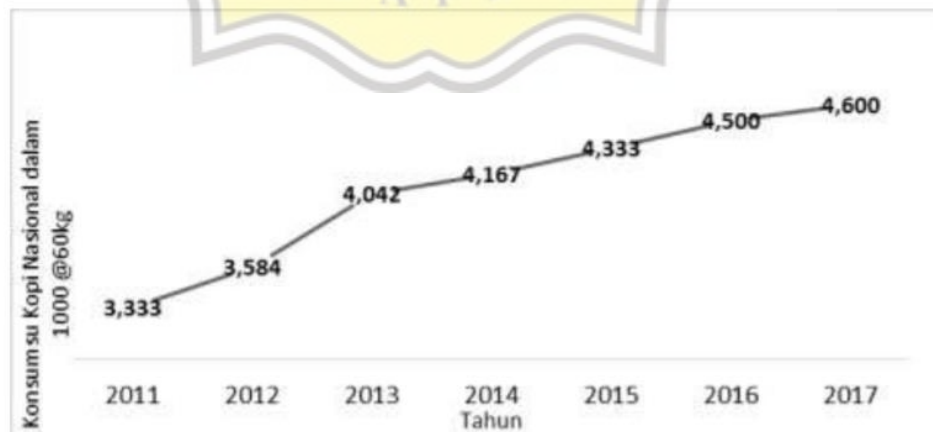
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Salah satu kunci sukses memulai usaha adalah adanya kemampuan menuangkan ide-ide atau gagasan yang dapat menghasilkan nilai ekonomi atau komersial, yang biasa disebut perencanaan bisnis (business plan). Sebuah perencanaan itu ibarat peta atau kompas yang dapat membantu mengarahkan kita untuk berjalan kearah tujuan yang hendak kita tuju. Apa pun itu usaha yang ingin dijalankan, seharusnya seorang wirausaha dapat membuat perencanaan bisnis yang dapat dituangkan dalam bentuk tulisan, tujuannya agar dapat memudahkan mewujudkan bisnisnya secara nyata (Supriyanto, 2012).

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang berperan penting dalam menyumbang devisa negara karena nilai ekonomisnya yang cukup tinggi. Kopi juga merupakan salah satu komoditas yang populer dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat Indonesia. Menurut International Coffee Organization (2017), konsumsi domestik kopi di Indonesia dari tahun 2011 terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya seperti pada Gambar di bawah ini (Kementerian Pertanian, 2016).



Gambar 1 Konsumsi Kopi Nasional

Gambar 1 menunjukkan bahwa konsumsi kopi di Indonesia pada tahun 2017 mencapai angka 4.600.000 (dalam bungkus 60kg) dan mengalami peningkatan sebesar 2.17% dari tahun sebelumnya yaitu 4.500.000. Menurut proyeksi dari Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian tahun 2017, nilai konsumsi kopi di Indonesia dari tahun 2017 hingga 2021 akan cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya. Berdasarkan Pusat data dan Informasi Agribisnis (2017) memperlihatkan bahwa proyeksi konsumsi kopi Indonesia pada kurun waktu 2017-2021 memiliki rata-rata pertumbuhan sebesar 8,22 persen (Putri et al., 2020). Jika melihat data tersebut kita tahu bahwa kopi mempunyai prospek yang bagus untuk berkembang. Sehingga pemilik memilih untuk mendirikan bisnis di bidang kopi.

Konsep bisnis si penulis adalah membuka sebuah kedai kopi yang bernama SamCoffee. Kedai kopi adalah sebuah istilah tempat seperti bar, restoran kecil dan murah, atau tempat makan dan minum santai lainnya yang menyajikan kopi, teh, atau minuman panas lainnya tergantung pada kebudayaan setempat. Pemilik termasuk orang yang menyukai minuman kopi, serta mempunyai hobi nongkrong. SamCoffee dengan didesain secara khusus untuk meminum kopi panas maupun dingin. SamCoffee menjual minuman kopi yang berkualitas yang terbuat dari biji kopi pilihan dari dalam negeri. SamCoffee memiliki menu khusus yaitu kopi aren yang dibuat tanpa menggunakan gula. SamCoffee, menawarkan minum kopi yang enak dengan tempat yang nyaman dan mudah dikunjungi. SamCoffee akan memberikan pengalaman minum kopi dan membuat aktivitas minum kopi menjadi sesuatu yang menyenangkan.

SamCoffee memiliki visi untuk menjadi bisnis minuman kopi yang menyediakan kopi melalui produk berkualitas yang terjangkau, servis cepat dan ramah, quality control, serta pengembangan bisnis yang kreatif. Misi SamCoffee adalah menjadikan SamCoffee lebih dari sekadar merek minuman tetapi bagian dari gaya hidup mereka, karenanya penghargaan ini membuktikan komitmen SamCoffee terhadap misi ini.

Beberapa tantangan atau resiko atas usaha yang dihadapi adalah tidak semua orang mau minum kopi di kedai kopi, kebanyakan dari mereka lebih memilih membuat kopi di rumah karena alasan ekonomis (Herlyana, 2012).

Jenis kedai kopi yang ada antara lain *Coffee to go*. Kedai jenis ini tidak menyediakan tempat duduk atau kursinya terbatas misalnya Kopi Kenangan dan Janji Jiwa. Kedua, *specialty Coffee*. Jenis kedai ini biasanya menyajikan kopi secara spesial, seperti Tanamera yang memanggang sendiri biji kopi dengan menggunakan *roaster* besar sehingga bisa menghasilkan sajian kopi yang nikmat. Ketiga, kedai kopi yang umumnya tidak memiliki banyak gerai. Biasanya kedai ini hanya satu saja, karena biasanya kedai ini lebih unggul di interior yang *Instagramable*,

Adanya kedai kopi yang berbentuk *specialty Coffee* mempunyai persaingan yang ketat karena terbilang sudah banyak dan mudah dijumpai karena ada dimana-mana. Selain itu, membuka usaha kopi dalam bentuk cafe dibutuhkan biaya modal yang cukup besar, juga dibutuhkan kreativitas dan inovasi yang tinggi untuk terus bertahan dan beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu SamCoffee untuk mengenalkan merk baru dan mendapatkan target pasar di Semarang.

Bahwa kedai kopi harus dicoba di daerah ini. Karena Semarang adalah ibukota Jawa Tengah merupakan kota metropolitan, dimana mayoritas masyarakat kota ini mempunyai aktivitas dan pekerjaan yang modern sehingga banyak orang menyukai kopi untuk aktivitas dan konsumsinya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini berjudul **“Perencanaan Bisnis Kopi SamCoffee di Semarang”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana perencanaan bisnis SamCoffee di Semarang ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui perencanaan bisnis SamCoffee di Semarang

Manfaat Penelitian

Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan memberikan pengetahuan dan pandangan yang lebih luas mengenai perencanaan bisnis kopi.

Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan bermanfaat sebagai panduan membuka kedai kopi

