

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kopi adalah minuman yang dihasilkan dari biji tanaman kopi yang dihaluskan dengan cara disangrai, ditumbuk atau digiling sehingga menjadi bentuk yang halus menjadi bubuk kopi. Biji kopi yang sudah menjadi bubuk dapat diseduh menjadi minuman (Hayati, Marliah, & Farnia, 2012). Minuman kopi merupakan minuman yang sangat cocok untuk dinikmati pada pagi hari sebelum memulai aktivitas sehari-hari. Minuman kopi juga cocok untuk diminum saat kumpul-kumpul bersama keluarga maupun teman.

Minuman kopi merupakan minuman yang sering dikonsumsi oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia. Kopi juga merupakan komoditas andalan bagi Indonesia di bagian perkebunan (Chandra, Ismono, & Kasymir, 2013). Bukan hanya di Indonesia saja yang membuat biji kopi menjadi minuman, tetapi di berbagai belahan dunia juga mengelola biji kopi menjadi minuman yang berkualitas yang memiliki harga jual. Menurut Fujioka dan Shibamoto (2008) kopi menempati peringkat ke dua dari sektor komoditas pangan yang dikonsumsi dan diperjual belikan di seluruh dunia (Chandra et al., 2013). Kopi dari dulu sampai sekarang merupakan minuman yang diminati kalangan anak muda, orang dewasa dan orang tua. Hal tersebut terjadi dikarenakan kopi adalah minuman yang cocok untuk diminum ketika nongkrong, rapat maupun mengerjakan tugas, karena kopi memiliki kandungan kafein yang tinggi dan kafein tersebut adalah senyawa metabolisme sekunder golongan *alkaloid* dari kopi yang memiliki rasa pahit, manfaat kadar kafein dalam tubuh adalah untuk meningkatkan kinerja psikomotor yang sehingga dapat membuat tubuh tetap terjaga dan memberikan efek fisiologis yang berupa

peningkatan energi pada tubuh (Hayati et al., 2012). Kopi memiliki rasa yang unik dan khas yang sangat disukai oleh banyak orang. Kopi juga dapat dikombinasikan dengan rasa-rasa lainnya, contohnya kopi dicampur sama susu jadilah kopi susu yang nikmat dan tidak begitu terasa pahit cocok untuk para masyarakat yang tidak suka dengan rasa pahit. Kopi sering kita jumpai dan dapat kita nikmati di kedai-kedai maupun *coffee shop* yang khusus memperjualbelikan kopi dalam bentuk minuman maupun biji utuh, nama kedai tersebut biasa kita sebut dan kita jumpai dengan sebutan *cafe*.

Menurut Oldenburg, 1989:126 *cafe* merupakan kata yang berasal dari bahasa Perancis yang memiliki arti *coffee* atau kopi (Fauzi, Punia, & Kamajaya, 2017). Di Indonesia, kata *cafe* dijadikan lebih sederhana yaitu menjadi kafe (Herlyana, 2012). Menurut Hornby (2005) kafe diartikan dalam dua terminologi: “*a place where you can buy drink and simple meals*”; yaitu sebuah tempat yang kita dapat membeli minuman maupun makanan ringan, dan “*small shop (store that sells sweets, food, newspaper, etc) usually stay open later than other shop or store*”; di mana kafe lebih mengacu pada kedai atau warung yang menjual tidak hanya minuman dan makanan tetapi juga koran, buku dan buka hingga larut malam (Fauzi et al., 2017). Dilihat dari pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kafe adalah tempat yang nyaman untuk berkumpul dan untuk menikmati minuman terutama minuman kopi serta berbagai jenis makanan. Di kafe juga dapat menjual buku-buku, koran maupun biji kopi utuh. Di zaman sekarang kafe tidak hanya tempat untuk menikmati kopi saja melainkan ada berbagai minuman lainnya yang tidak mengandung alkohol seperti *soft drink*, teh, dan minuman non kopi lainnya seperti cokelat, *matcha*, dan lain-lain. Tidak hanya minuman tetapi di kafe juga menyediakan berbagai makanan ringan seperti *sandwich*, roti bakar, dan lain-lain.

Kafe merupakan usaha yang menjanjikan karena balik modalnya cepat dan perputaran uangnya sangat cepat. Kafe merupakan tempat jualan minuman dan

makanan terutama minuman kopi yang memiliki tempat yang nyaman dan rileks untuk berkumpul dan untuk mengerjakan tugas. Kafe juga tempat yang sering dicari para anak muda yang sedang sekolah dan yang sedang kuliah untuk mengerjakan tugas dan untuk berkumpul dengan teman-temannya. Tidak hanya para pelajar tetapi para pekerja pun sering menggunakan kafe untuk melakukan pertemuan dengan para rekan kerjanya maupun kliennya.

Target lokasi yang saya tuju adalah di kota Kudus karena di kota tersebut masih sedikit kafe yang menjual minuman kopi dengan proses penyajiannya dari biji langsung, melainkan kebanyakan kafe yang ada di kudus menyajikan kopi dengan menggunakan bahan kopi yang sudah menjadi bubuk. Di kota Kudus sudah ada beberapa kafe yang menyajikan minuman kopi dengan proses penyajiannya dengan biji kopi utuh tetapi harga yang ditawarkan relatif menengah ke atas misalnya kafe Wipsy Coffee & Meet. Harga yang ditawarkan oleh kafe tersebut berkisaran dari harga Rp.22.000,00-Rp.40.000,00 lebih untuk minumannya sedangkan untuk makanannya berkisar Rp. 25.000,00-Rp.60.000,00. Menurut observasi yang saya lakukan keadaan kafe Wipsy Coffee & Meet tidak terlalu ramai karena harga yang ditawarkan terlalu mahal bagi kalangan masyarakat di kota Kudus. Jadi hal tersebut mendorong saya untuk mendirikan kafe yang dapat menyajikan minuman kopi yang berkelas namun dengan harga yang terjangkau bagi masyarakat kota Kudus, di mana proses penyajiannya dengan proses dari biji kopi langsung yang dapat mengeluarkan aroma kopi yang nikmat. Untuk target pasar yang saya tetapkan untuk kafe yang akan saya dirikan adalah para pelajar, mahasiswa, pekerja kantoran, dan juga para orang tua yang suka menikmati minuman kopi dengan usia dari 17-50 tahun.

Nama kafe yang akan saya bangun adalah "*Next In*" (*Next Innovation*) nama tersebut memiliki arti untuk memotivasi saya untuk melakukan inovasi-inovasi selanjutnya yang akan saya terapkan di kafe saya. Konsep dari kafe "*Next In*" yaitu kafe yang menawarkan produk minuman kopi dengan harga yang relatif lebih murah

dengan kualitas yang tidak kalah baik dari pada kafe lain di kota Kudus dan kafe “*Next In*” juga akan mendekorasi ruangan kafe yang instagramable dengan tema-tema dekorasi setiap ada event seperti halloween, natal dan yang lainnya dengan disertakan diskon-diskon yang menarik. Di kafe “*Next In*” akan melakukan pembaruan dekorasi ruangan setiap tahunnya agar dapat mengikuti trend yang ada setiap tahunnya agar dapat terus bersaing dengan pesaing baru maupun yang lama dan semakin berkembang. Dikarenakan pandemi Covid19 yang belum mereda maka di kafe “*Next In*” menerapkan protokol kesehatan yang telah dianjurkan oleh pemerintah dengan menyarankan dalam 1 meja hanya boleh diisi maksimal 4 orang, menyediakan tempat cuci tangan dan *hand sanitizer* dan menyediakan masker gratis bagi konsumen yang tidak membawa masker. Fasilitas yang disediakan yaitu menyediakan alat pembayaran *cashless*, AC, *free WI-FI*, *live music*, *mini game* dan colokan listrik, dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut dapat membuat para konsumen lebih nyaman dan betah untuk nongkrong maupun mengerjakan tugas di kafe “*Next In*”. Di saat ada pertandingan-pertandingan seperti pertandingan sepak bola maka di kafe “*Next In*” akan mengadakan nonton bersama untuk para penggemar sepak bola.

Kopi yang dijual di “*Next In*” akan menggunakan biji kopi yang utuh dan berkualitas, dalam pembuatannya konsumen dapat melihat proses pembuatan dari biji dihaluskan menjadi serbuk kopi dan diseduh menjadi minuman kopi yang diinginkan dan disajikan dengan menarik kepada konsumen. Di kafe “*Next In*” tidak hanya menjual kopi yang sudah menjadi minuman saja tetapi juga menjual biji kopi utuh dan kopi bubuk untuk para konsumen yang ingin membuat minuman kopi sendiri di rumah untuk dinikmati saat pagi hari sebelum melakukan aktivitas dan disaat bersantai dengan keluarga maupun teman. Kafe “*Next In*” tidak hanya menawarkan minuman kopi saja tetapi juga memberikan pilihan minuman non kopi untuk para konsumen yang tidak kuat minum kopi. Menu makanan juga disediakan di kafe

“*Next In*”, untuk para konsumen yang merasa lapar dapat memesan makanan yang disediakan di dalam menu. Menu makanan yang ditawarkan yaitu makanan western untuk para konsumen yang lebih suka masakan Eropa dan ada beberapa makanan khas Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang harus dibuat yaitu : Bagaimana perencanaan usaha yang akan dilakukan kafe “*Next In*” di kota Kudus dengan tinjauan dari aspek pemasaran, operasi, SDM, keuangan, hukum dan lingkungan.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk merancang perencanaan usaha kafe “*Next In*” bagi masyarakat kota Kudus secara benar berdasarkan dari ke enam aspek : aspek pemasaran, operasi, SDM, keuangan, hukum dan lingkungan.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Untuk Peneliti

Manfaat dari penelitian yang akan dilakukan ini yaitu untuk membantu peneliti membangun dan menyusun perencanaan usaha kafe “*Next In*”.

b. Untuk Investor

Manfaat untuk para investor adalah untuk membuat para investor lebih tahu dan mengenal usaha dan perencanaan yang akan digunakan untuk membangun kafe “*Next In*”. Dengan adanya penelitian ini juga dapat meyakinkan para investor akan peluang yang ada pada kafe “*Next In*” sehingga para investor menanam modal di kafe “*Next In*”.

c. Untuk Masyarakat

Manfaat yang ditimbulkan dari penelitian ini untuk para masyarakat adalah penelitian ini membantu mereka untuk memahami dan mempelajari cara merencanakan atau membangun usaha yang sama dengan bidang yang ada pada penelitian ini.

