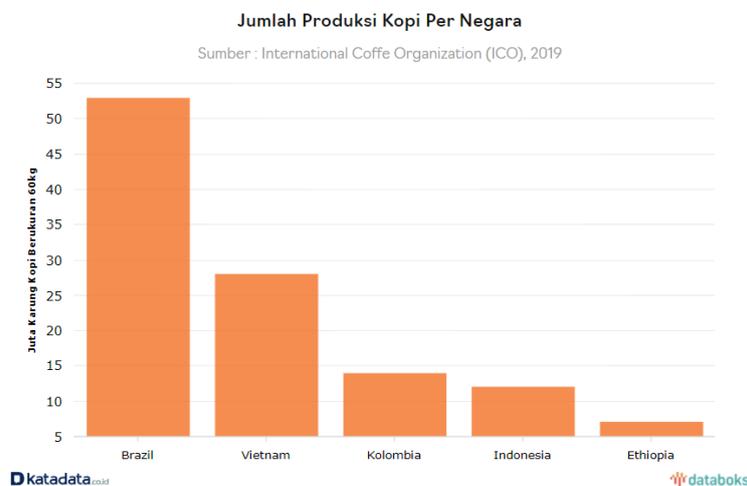


# BAB I PENDAHULUAN

## I.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbanyak keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia dengan total produksi 12 juta karung kopi berukuran 60 kg pada rentang tahun 2013 sampai 2018, terhitung sekitar 700 ribu ton per tahun atau sekitar 9% dari produksi kopi dunia menurut laporan *International Coffee Organization* dalam *Coffee Development Report 2019* seperti yang terlihat pada Gambar I.1.

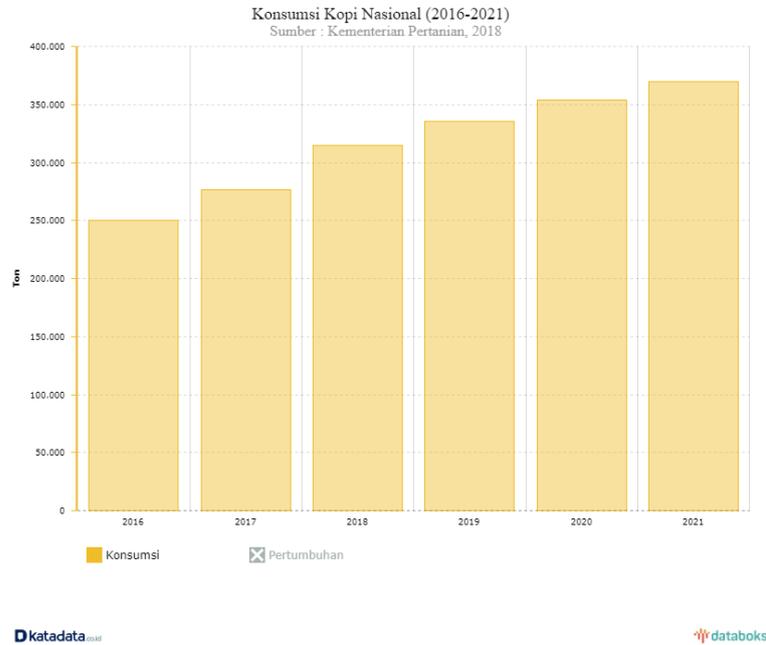


Gambar I.1 Jumlah Produksi Kopi Per Negara

(Sumber: katadata.co.id, 2020)

Kekayaan alam yang melimpah dengan berbagai wilayah subtropis dan tropis, menjadi keunggulan Indonesia dalam membudidayakan kopi terbaiknya. Tentu saja ini menjadi peluang bagi Indonesia untuk terus berkompetisi di industri kopi dalam mendorong perputaran roda ekonomi Indonesia. Hal ini selaras dengan pernyataan Menperin dalam siaran pers kemenperin.go.id (2020) yang menyebutkan bahwa kopi mempunyai peran yang cukup penting sebagai salah satu komoditi hasil perkebunan dalam meningkatkan kegiatan perekonomian di Indonesia, dimana kopi berjenis Arabika dan Robusta masih menjadi andalan produk komersial. Menurut Organisasi Kopi Internasional (2019), produksi kopi Arabika dan Robusta secara global meningkat 65% selama lebih dari dua dekade. Dalam waktu yang sama, konsumsi domestik negara-negara produsen juga mengalami pertumbuhan yang lebih cepat daripada konsumsi di pasar ekspor.

Dilansir dari Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian, Indonesia diprediksi mengalami kenaikan pertumbuhan yang positif perihal konsumsi kopi nasional dari tahun ke tahun dengan rata-rata kenaikan sebesar 8,22% per tahun di sepanjang periode 2016-2021 seperti pada Gambar I.2.



Gambar I.2 Konsumsi Kopi Nasional 2016-2021  
(Sumber: Katadata.co.id, 2020)

Seiring dengan bertambahnya tingkat konsumsi kopi nasional tersebut, Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasmita pada saat *International Coffee Day 2020* yang tertulis dalam siaran pers kemenperin.go.id (2020) mengungkapkan bahwa meminum kopi kini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia dimana kebutuhan akan kopi tidak lagi hanya sekedar untuk menghilangkan rasa kantuk, terutama untuk generasi *millennial*. Tingginya konsumsi kopi di Indonesia tidak terlepas dari tren pertumbuhan kedai kopi kekinian beberapa tahun ke belakang yang mendorong anak muda untuk berkunjung dan menikmati nikmatnya sajian minuman kopi. Laporan hasil riset Toffin bersama majalah Mix menunjukkan adanya kenaikan jumlah gerai kopi di Indonesia secara signifikan dalam tiga tahun terakhir dimana pada tahun 2019 mencapai lebih dari 2950 gerai meningkat hampir 3 kali lipat dibanding tahun 2016 yang hanya sekitar 1.083 gerai. Maka dari itu, bisnis kedai kopi di Indonesia

diperkirakan akan terus meningkat seiring naiknya konsumsi kopi domestik di Indonesia (Toffin Indonesia, 2020). Hal ini diperkuat dengan adanya kenaikan pertumbuhan rata-rata konsumsi bahan minuman kopi perkapita seminggu di Indonesia sebanyak 2,3% dari tahun 2018 ke tahun 2019 berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik pada Tabel I.1 berikut.

Tabel I. 1 Rata-rata Konsumsi Bahan Minuman Perkapita Seminggu

<b>Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Bahan Minuman di Indonesia (Satuan Komoditas)</b>			
<b>Bahan Minuman</b>	<b>Tahun</b>		<b>Pertumbuhan</b>
	<b>2018</b>	<b>2019</b>	
Kopi	103.767,86	106.183,29	2,3%
Teh	729.019,91	726.714,30	-0,3%
Gula	715.010,08	680.811,56	-4,8%
Bahan lainnya	1,42	2,06	45%

(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020)

Bikin Kopi merupakan salah satu kedai kopi atau *coffee shop* di Karawang yang banyak dikunjungi para penikmat kopi khususnya anak muda sejak tahun 2018 di Jl. Pakuncen No.2, Sukaharja, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Mengusung konsep modern dengan konsep *Open Bar Design* dalam menyajikan berbagai minuman kopi berkualitas, Bikin Kopi memiliki potensi yang besar untuk berkembang. Selain itu, penggunaan biji kopi Arabika berkualitas yang diekstrak menjadi kopi kental bernama *espresso* menjadi bahan andalan dalam memodifikasi jenis-jenis minuman kopi seperti es kopi bikin, es kopi *cocopandan*, es kopi *coconut* dan lain-lain. Target pasar kedai Bikin Kopi merupakan kalangan muda hingga dewasa yang ingin menikmati sedapnya sajian minuman kopi, *non-coffee* dan makanan untuk *nongkrong*, mengerjakan tugas, berkumpul bersama teman, dan lainnya dengan tersedianya fasilitas tempat yang nyaman. Bagi yang ingin melakukan pemesanan secara *online* dari rumah juga dapat dilakukan dengan memesan produk Bikin Kopi melalui aplikasi seperti Gojek atau Grab dimana pesanan akan disiapkan dalam keadaan baik dan dapat diterima dengan baik juga oleh pelanggan.

Melihat potensi yang ada, pemilik *coffee shop* Bikin Kopi berkeinginan untuk mengembangkan usaha dengan membuka cabang kedua yang berlokasi di Jl. HS.

Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang. Lokasi ini dipilih dikarenakan dekat dengan dua perguruan tinggi dan dua SMA yaitu Universitas Singaperbangsa Karawang, Universitas Buana Perjuangan dan SMA Negeri 1 Telukjambe Timur yang menjadi potensi calon konsumen terdekat dengan perkiraan jumlah calon pembeli sebanyak 26.127 orang. Lokasi tersebut juga berdekatan dengan area perumahan dan perbelanjaan daerah Galuh Mas Karawang. Terlebih lagi di daerah tersebut hanya terdapat 1 pesaing *coffee shop* sehingga memungkinkan untuk dilakukan pembukaan cabang baru.

Untuk menunjang rencana pembukaan cabang kedua tersebut, diperlukan perhitungan dan perencanaan yang tepat dengan mengukur nilai kelayakan bisnisnya agar investasi yang dikeluarkan tidak menjadi sia-sia dan bisnis dapat berjalan dengan baik serta menguntungkan. Oleh karena itu, akan diadakan pembahasan secara mendalam terkait perancangan dan analisis kelayakan pengembangan bisnis *coffee shop* Bikinin Kopi yang akan dibuka di Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, aspek finansial dan analisis sensitivitasnya sehingga diharapkan dapat berguna bagi pemilik dalam menentukan keputusan pengembangan bisnis kedepannya.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah untuk tugas akhir ini adalah **“Bagaimana perancangan dan analisis kelayakan pengembangan bisnis *coffee shop* Bikinin Kopi di Karawang ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial?”**

Rumusan permasalahan ini diturunkan ke sub-permasalahan yaitu:

1. Bagaimana kelayakan bisnis pembukaan cabang *coffee shop* Bikinin Kopi ditinjau dari aspek pasar?
2. Bagaimana kelayakan bisnis pembukaan cabang *coffee shop* Bikinin Kopi ditinjau dari aspek teknis?
3. Bagaimana kelayakan bisnis pembukaan cabang *coffee shop* Bikinin Kopi ditinjau dari aspek finansial?

4. Bagaimana analisis sensitivitas pembukaan cabang *coffee shop* Bikinin Kopi?

### **I.3 Tujuan Tugas Akhir**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka terdapat tujuan tugas akhir sebagai berikut:

1. Mengetahui kelayakan bisnis pembukaan cabang *coffee shop* Bikinin Kopi dilihat dari aspek pasar.
2. Mengetahui kelayakan bisnis pembukaan cabang *coffee shop* Bikinin Kopi dilihat dari aspek teknis.
3. Mengetahui kelayakan bisnis pembukaan cabang *coffee shop* Bikinin Kopi dilihat dari aspek finansial.
4. Mengetahui kelayakan bisnis pembukaan cabang *coffee shop* Bikinin Kopi dilihat dari analisis sensitivitas.

### **I.4 Batasan Tugas Akhir**

Adapun batasan dari tugas akhir ini adalah:

1. Suku bunga, inflasi, pajak dan faktor ekonomi lainnya tidak normal selama periode tugas akhir dikarenakan pandemi Covid-19.
2. Analisis kelayakan usaha hanya ditinjau dari aspek pasar, aspek teknik, aspek finansial dan analisis sensitivitas.

### **I.5 Manfaat Tugas Akhir**

Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak terkait sebagai berikut:

1. Menjadikan penambahan wawasan dan kemampuan berpikir tentang studi kelayakan bisnis.
2. Dapat menjadi bahan pertimbangan untuk melanjutkan bisnis atau membuka cabang Bikinin Kopi ini pada periode yang akan mendatang.
3. Dapat menjadi bahan untuk menambah referensi pengetahuan mengenai analisis kelayakan bisnis.

## **I.6 Sistematika Penulisan**

Sebagai gambaran yang jelas mengenai tugas akhir yang dilakukan, maka disusun sistematika penulisan yang berisi tentang informasi materi dan yang akan dibahas pada setiap bab-bab. Berikut merupakan sistematika penulisan yang akan digunakan:

### **Bab I Pendahuluan**

Pada bab ini merupakan uraian mengenai latar belakang tugas akhir secara umum, perumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, batasan tugas akhir dan sistematika penulisan.

### **Bab II Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini berisikan tentang literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam bab ini juga meliputi uraian tentang landasan teori digunakan untuk sebagai dasar dari analisi tugas akhir.

### **Bab III Sistematika Penyelesaian Masalah**

Pada bab ini menjelaskan mengenai langkah-langkah tugas akhir seperti tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dan dilakukan analisis data sehingga dapat menjawab dan menjelaskan masalah tugas akhir.

### **Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi**

Pada bab ini menjelaskan langkah - langkah atau proses pengolahan data yang telah digunakan untuk menyelesaikan permasalahan pada tugas akhir.

### **Bab V Analisa Hasil dan Evaluasi Hasil Perancangan**

Pada bab ini, disajikan hasil rancangan, temuan, analisis dan pengolahan data. Selain itu bab ini juga berisi tentang validasi atau verifikasi hasil dari solusi, sehingga hasil tersebut apakah telah benar-benar menyelesaikan masalah atau menurunkan gap antara kondisi eksisting dan target yang akan dicapai. Secara keseluruhan bab ini membahas secara mendetail mengenai hasil dari pengerjaan solusi dan refleksinya terhadap tujuan tugas akhir.

## **Bab VI      Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan dari penyelesaian masalah yang dilakukan serta jawaban dari rumusan permasalahan yang ada pada bagian pendahuluan. Saran dari solusi dikemukakan pada bab ini untuk tugas akhir selanjutnya.