

# RENCANA PEMBANGUNAN BISNIS KEDAI KOPI MODEREN DI KOTA BELITUNG

Adrian Nugraha

Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie

DOI : 10.36782/jemi.v3i4.2123

**ABSTRAK-** Perencanaan bisnis ini bertujuan untuk mengetahui proyeksi persaingan Kedai Brewer dalam industri kedai kopi, Peluang Kedai Brewer, Segmentasi Kedai Brewer, serta menghitung nilai kelayakan bisnis kedai. Kedai Brewer adalah sebuah bisnis yang bergerak dibidang kedai kopi yang menawarkan kelengkapan akan fasilitas untuk dapat bersosialisasi bagi para sasaran pasarnya yang berada di Kota Belitung dengan nilai investasi awal sebesar Rp. 664.878.500,00. Berdasarkan dari studi kelayakan, didapatkan *payback period* dapat dicapai dalam kurun waktu 2 tahun 10 bulan, NPV tahun pertama bernilai positif dan IRR sebesar 31,64%.

**Kata kunci:** Rencana Bisnis, Kedai Kopi, Belitung

## PENDAHULUAN

Pada data rilis International Coffee Organization untuk periode 2015/2016, total nilai produksi kopi Indonesia mencapai 691 ribu ton. Pada data yang dikeluarkan tersebut, Indonesia menjadi negara dengan total nilai produksi biji kopi terbesar ke-4 di dunia. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi industri kopi di Indonesia dapat dikatakan mendukung bila kita ingin menjalankan bisnis di ranah perkopian.

Mendukungnya industri kopi di Indonesia turut dicerminkan dengan banyak tersebaranya kedai kopi di Indonesia. Bisnis kedai kopi di Indonesia mulai marak sejak masuknya kedai kopi asal Seattle, Amerika yaitu Starbucks. Kemunculan Starbucks mampu membawa fenomena baru. Fungsi kedai kopi yang tadinya hanya sebagai tempat untuk meminum kopi, kini telah bergeser menjadi sarana orang-orang bersosialisasi, yang mana kedai kopi menjadi tempat orang-orang bertemu teman, rekanan, maupun berkumpul dengan keluarga. Tidak terkecuali di Kabutan Belitung, Provinsi Bangka Belitung.

## URAIAN PERUSAHAAN DAN PRODUK

Brewer Coffee adalah nama dari kedai kopi yang akan penulis dirikan bersama mitra penulis di Kabupaten Belitung, Provinsi Bangka Belitung. Kedai direncanakan didirikan di Belitung karena penulis bekerjasama dengan mitra yang berdomisili di wilayah tersebut. Kedai kopi dipilih untuk dikembangkan karena penulis melihat adanya peluang untuk memperkenalkan serta menyebarkan budaya café modern sebagai tujuan rekreasi baru yang ada di kota-kota besar kepada warga yang berada di kota kecil. Hasil observasi penulis atas warga Belitung yang memang

sudah mempunyai kebiasaan meminum kopi di sebuah kedai kopi menjadi dasar keyakinan penulis atas potensi yang ada untuk mengembangkan bisnis ini.

Kedai kopi penulis direncanakan akan menyajikan konsep pelayanan dan pengolahan kopi secara modern, seperti kedai kopi Starbucks yang ada di kota-kota besar. Konsep pelayanan modern yang dimaksud oleh penulis adalah fungsi baru sebuah kedai kopi yang saat ini tidak hanya menjadi sarana masyarakat untuk menikmati kopi, yang mana fungsi kedai kopi telah bergeser menjadi sarana bagi warga untuk dapat bersosialisasi. Dengan kata lain, penyediaan tempat yang nyaman dan layak untuk warga bersosialisasi menjadi layanan/produk utama dari sebuah kedai kopi modern. Selanjutnya pengolahan kopi secara modern yang penulis maksud adalah pengolahan kopi yang dilakukan menggunakan mesin modern, tidak secara tradisional yang metode dasar pengolahan kopinya hanya dengan mencampurkan bubuk kopi dengan air panas saja.

Pada perencanaan awal pengembangannya, Brewer Coffee hanya akan menyajikan produknya dalam bentuk minuman. Hal ini dikarenakan lokasi kedai bersebelahan dengan restaurant dan minimarket yang sudah menyediakan beragam jenis makanan. Selain itu, restaurant dan minimarket tersebut merupakan kepemilikan mitra penulis, sehingga perencanaan bisnis dibangun untuk dapat menguntungkan antara satu bisnis dan bisnis lainnya. Selanjutnya, bila ada permintaan akan produk makanan dari konsumen kedai, konsumen akan diarahkan untuk memesan/membeli makanan yang diinginkan dari restaurant atau minimarket tersebut.

Untuk produk minuman yang akan disajikan, penulis membaginya kedalam 3 (tiga) karegori berbeda.

Pengkategorian dibagi berdasarkan jenis produk dan sasaran pasar yang ingin dituju. Hal ini dilakukan untuk dapat memperluas sasaran pasar dari kedai penulis. Pada perencanaannya, kategori-kategori tersebut diberi nama Kopi Premium, Kopi Ki Cuan, dan "Lainnya".

## METODE PENDEKATAN

Proses penyusunan rencana bisnis yang digunakan oleh penulis mengikuti aturan standar baku penulisan tugas akhir mahasiswa. Penulisan dibuat dalam lima bab yang memberikan gambaran sistematis sejak awal penyusunan hingga tercapainya tujuan penyusunan.

Pada penulisan perencanaan bisnis kedai kopi ini, data primer penulis dapatkan melalui instrumen wawancara. Riset dilakukan dengan cara mewawancarai salah satu pendiri dan pemilik kedai kopi, yaitu Farouq Ghazali. Farouq memiliki sebuah kedai kopi yang bernama KANAWA. Kedai kopi KANAWA adalah sebuah kedai kopi yang telah berdiri sejak tahun 2015 dan berada di Jalan Suryo, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Tujuan dilakukannya wawancara dengan saudara Farouq adalah untuk mendapatkan formula model bisnis kedai kopi yang efektif dan efisien untuk dijalankan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti Badan Pusat Statistik (BPS), buku, majalah, koran, jurnal, blog, dan lain-lain.

Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari Analisis SWOT (strengths, weakness, opportunities, & threats) adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan. Analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk meningkatkan analisis dalam usaha penetapan strategi. Umumnya yang sering digunakan adalah sebagai kerangka/panduan sistematis dalam diskusi untuk membahas kondisi alternatif dasar yang mungkin menjadi pertimbangan perusahaan.

Model bisnis menjelaskan mengenai dasar pemikiran bagaimana sebuah bisnis diciptakan, diberikan, dan ditangkap nilainya (Osterwalder & Pigneur, 2010). Dalam penyusunannya, penulis akan menggunakan pendekatan yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder & Yves Pigneur yaitu Business Model Canvas atau Nine Building Blocks. Business Model Canvas adalah sebuah kerangka kerja sederhana untuk melakukan pemetaan model bisnis baru atau peningkatan model bisnis

yang telah ada dengan sembilan pilar yang merepresentasikan elemen-elemen kunci dalam menjalankan bisnis; customer segments, value propositions, channels, customer relationships, key activities, key resources, key partners, cost structure, dan revenue streams.

## HASIL ANALISIS DATA

**Tabel 1.** Hasil Analisa SWOT Kedai Brewer

Strengths	Weaknesses
1. Lokasi kedai strategis. 2. Fasilitas yang mumpuni untuk melayani target pasar.	1. Tingginya cost structure memperkecil margin yang didapat
Opportunities	Threats
1. Masyarakat setempat sudah terbiasa datang ke kedai kopi setiap harinya	1. kedai kopi modern masih terkesan sebagai tempat yang mahal

**Tabel 2.** Hasil Analisa Model Bisnis Kedai Brewer

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> <li>Buyer-Supplier Relationship to assure reliable Supplies.</li> <li>Supplier bahan baku</li> <li>Supplier kemasan</li> <li>Operator/Vendor Management Information Systems.</li> <li>Key Opinion Leader</li> <li>Target Pasar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Production</li> <li>Problem Solving</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Convenient/ Usability</li> <li>Customization</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Communities</li> <li>Co-creation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niche Market</li> <li>Geographic : Tanjung Pandan, Belitung</li> <li>Demographic : 15- 39 tahun</li> <li>Pria &amp; Wanita</li> <li>SES : A - B</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Key Resources</li> <li>Lokasi Kedai Strategis (physics)</li> <li>Modal yang tersedia (Financial)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Channels</li> <li>Kedai/café</li> <li>Social Media</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cost Structure</li> <li>Support Division Budget</li> <li>Operation Division Budget</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Revenue Streams</li> <li>Penjualan minuman (usage fee)</li> <li>Brand Placement (Advertising)</li> </ul>		

**Sumber :** Analisa pribadi penulis

## PENYAJIAN RENCANA BISNIS

Nilai investasi yang harus dikeluarkan oleh owner/pemilik kedai dapat mengoperasikan kedai sesuai dengan perencanaan penulisan ini adalah sebesar Rp. 664.878.500,00 (enam ratus enam puluh empat juta delapan ratus tujuh puluh delapan ribu lima ratus rupiah). Nilai tersebut tentunya berisikan asumsi-asumsi harga tertinggi, yang mana pada pengaplikasiannya nilai tersebut dapat ditekan. Diharapkan dengan memasukan asumsi-asumsi dengan harga tertinggi, pemilik kedai atau investor tidak perlu memasukan dana kembali ke manajemen kedai saat kedai sudah beroperasi.

**Tabel 1.** Hasil Analisa Keuangan

	FY 1	FY 2	FY 3	FY 4	FY 5
Return on Equity	16,68%	12,78%	22,43%	23,79%	29,97%
Return on Asset	16,68%	12,78%	22,43%	23,79%	29,97%
Return on Investment	-81,04%	-83,85%	-66,54%	-56,98%	-33,01%

**Sumber :** Analisa pribadi penulis

Bisnis ini memberikan rata-rata ROE dan ROA dalam 5 tahun sebesar 21,13%. Nilai ROE dan ROA sama karena bisnis ini tidak menggunakan pinjaman apapun. ROE dan ROA meningkat paralel dengan volume penjualan. Sedangkan untuk ROI, nilai rata-rata dalam 5 tahun adalah 78,85%. Angka ini didapat dengan cara menjumlahkan *net income* selama 5 tahun dikurangi nilai investasi, lalu hasil yang ada di bagi dengan nilai investasi.

## KESIMPULAN

Kedai kopi Brewer didirikan atas dasar dibutuhkannya tempat hiburan baru di Kota Belitung untuk warganya dapat bersosialisasi. Adapun kedai kopi dirasa menjadi sarana yang tepat karena warga setempat telah memiliki *habit* meminum kopi di kedai kopi setiap harinya. Yang mana selanjutnya kedai Brewer hadir dengan menyuguhkan differensiasi pada konsep pelayanannya yang moderen.

Untuk dapat menjadi perencanaan kedai kopi modern yang tepat, kedai kemudian harus memenuhi aspek-aspek seperti hasil analisa yang telah penulis jabarkan pada sub bab sebelumnya. Yang mana aspek-aspek yang menjadi bahasan analisa yaitu; industri dan model bisnis, pemasaran, operasional, sumber daya manusia, serta keuangan. Yang mana kemudian hasil analisa yang ada dapat menjadi acuan dalam pengoperasian kedai ke dalam kerja nyata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ferrel, O.C & D, Harline. 2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.
- International, Euromonitor. 2017. "Country Report Cafes/Bars in Indonesia", <http://www.euromonitor.com/cafes-bars-in-indonesia/report>, diakses pada 2 Juni 2017 pukul 20.30.
- Kasmir & Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium jilid I*. Jakarta: PT. Prehalindo
- Lampung, Ahli Kopi. 2015. "Sejarah Perkembangan Kopi di Indonesia", <http://ahlikopilampung.com/2015/09/26/sejarah-perkembangan-kopi-di-indonesia/>, diakses pada 25 Mei 2017 pukul 11.30.
- Organization, International Coffee. 2016. "Infographics on the global coffee trade", <http://www.ico.org/coffee-trade-statistics-infographics.asp?section=Statistics>, diakses pada 27 Mei 2017.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. 2013. *Business Model Generation*. London, NJ: John Wiley & Sons.
- Perindustrian, Kementrian. 2016. "Menperin: Gaya Hidup Dorong Industri Kopi Tumbuh", <http://www.kemenperin.go.id/artikel/15421/Menperin:-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kopi-Tumbuh>, diakses pada 28 Mei 2017 pukul 20.30.
- Risnandar, Cecep. 2017. "Sejarah Kopi", <http://www.studiobelajar.com/penulisan-daftar-pustaka/>, diakses pada 25 Mei 2017. Pukul 10.30.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rao, C. A., Rao, B. P., & Sivaramakrishna, K. 2009. *Strategic Management and Business Policy*. New Delhi: Excel Books India.
- Sudarsana, Eunike gertuida. 2016. "Fenomena Menjamurnya Warung Kopi di Indonesia", [http://www.kompasiana.com/inkegertruida/fenomena-menjamurnya-warung-kopi-di-indonesia\\_5808b767cf7a61af1bd9e94e](http://www.kompasiana.com/inkegertruida/fenomena-menjamurnya-warung-kopi-di-indonesia_5808b767cf7a61af1bd9e94e), diakses pada 30 Mei 2017 pukul 20.00.
- Statistik, Badan Pusat. 2015. "Proyeksi Penduduk Kabupaten/Kota Provinsi Kep. Bangka Belitung", [https://www.bps.go.id/webiste/pdf\\_publikasi/Proyeksi-Penduduk-Kabupaten-Kota-Provinsi-Kep--Bangka-Belitung-2010-2020.pdf](https://www.bps.go.id/webiste/pdf_publikasi/Proyeksi-Penduduk-Kabupaten-Kota-Provinsi-Kep--Bangka-Belitung-2010-2020.pdf), diakses pada 20 Desember 2017 pukul 20.00.
- Ukers, William H. 2011. *All About Coffee*. New York: Read Books.

