

BAB II

GAMBARAN UMUM USAHA

2.1 Deskripsi Usaha Omah Kopi Ngemplak Boyolali

Omah Kopi Ngemplak atau juga yang dikenal dengan Om Koplak merupakan kedai kopi yang terletak di Ngemplak, Banyuanyar, Kecamatan Ampel, Kabupaten Boyolali, didirikan oleh Eko Budi Suroso. Tujuan didirikannya usaha ini adalah untuk memperkenalkan kopi asli Boyolali kepada masyarakat luas. Kopi yang dijual adalah jenis kopi robusta dan arabika yang merupakan hasil dari perkebunan petani kopi dari Ngemplak itu sendiri karena didaerah tersebut terdapat kebun kopi yang menghasilkan biji kopi dengan cita rasa yang sangat unik dan nikmat yang menjadi ciri khas kopi Boyolali. Sekarang ini, produk kopi olahan milik Omah Kopi Ngemplak ini telah didistribusikan ke berbagai daerah didalam maupun luar negeri. Diharapkan dengan adanya Omah Kopi Ngemplak, usaha ini dapat meningkatkan perekonomian Desa Banyuanyar dan menjadi alternatif bagi pencinta kopi untuk menikmati kopi yang bersumber langsung dari perkebunan Desa Banyuanyar, Boyolali.

2.2 Visi Misi Omah Kopi Ngemplak Boyolali

Omah kopi Ngemplak memiliki visi dan misi yang dirumuskan sesuai dengan kebutuhan dan cita-cita dari pemilik usaha. Visi misi dinilai penting untuk mendorong kemajuan usaha, bentuk nyatanya seperti peningkatan motivasi kerja, membantu pengambilan keputusan yang lebih terarah, pembentukan budaya yang kuat, dan lain-lain. Berikut visi misi dari Omah Kopi Ngemplak:

2.2.1 Visi

Memberikan pelayanan yang berkualitas serta pengembangan aset dengan produktivitas tinggi demi mengisi kebutuhan usaha.

2.2.2 Misi

Misi adalah langkah-langkah yang diambil untuk mencapai visi yang diinginkan.

1. Menjadi pengusaha yang kompeten, profesional, dan dapat dipercaya.
2. Menjadi pengusaha produksi maupun jasa yang mampu berdaya bersaing global.
3. Berkomitmen memberikan kepuasan pelanggan dengan kualitas, harga, dan waktu.

2.3 Logo dan Kemasan Produk Kopi Omah Kopi Ngemplak

1. Logo Omah Kopi Ngemplak

Logo adalah ciri utama merek yang dapat dilihat secara visual dan berfungsi sebagai identitas atau tanda pengenal perusahaan. Logo, baik dalam bentuk gambar maupun tulisan dapat berfungsi sebagai identitas dan tanda pengenal perusahaan, memberikan ciri khas dan membedakannya dari yang lain.



Gambar 2.1 Logo Omah Kopi Ngemplak

2. Kemasan Kopi Omah kopi Ngemplak

Kemasan kopi milik Omah Kopi Ngemplak Boyolali terdiri dari bungkus aluminium foil, kemasan aluminium foil pada bungkus kopi kemasan memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga kualitas dan kesegaran kopi. Aluminium foil bersifat kedap udara dan cahaya, sehingga mampu melindungi kopi dari paparan oksigen yang dapat menyebabkan oksidasi dan bau tengik. Di bagian depan bungkus terdapat stiker yang berisi jenis produk serta informasi produk.



Gambar 2.2 Kemasan Produk

2.4 Sejarah Omah Kopi Ngemplak Boyolali

Omah Kopi Ngemplak berdiri pada 2014, bermula dari istri pemilik yang menggeluti pekerjaan dibidang kopi. Ide pertama pendirian usaha ini karena kopi yang telah tersedia tidak kunjung diolah dan diproduksi. Istri pemilik mulai memproduksi kopi biji kopi yang disangrai dan mengemasnya dalam kemas kecil yang dititipkan kewartung-warung, namun dalam kurun waktu 2 tahun, perkembangan usaha menurun. Pemilik usaha melihat bahwa kopi memiliki nilai ekonomi yang potensial pada saat mengikuti pelatihan kopi yang diselenggarakan oleh dinas pertanian yang ditujukan kepada Kelompok Tani Ternak Ngudi Utomo Ngemplak, pemilik tergerak dan akhirnya ikut bergabung bersama istri

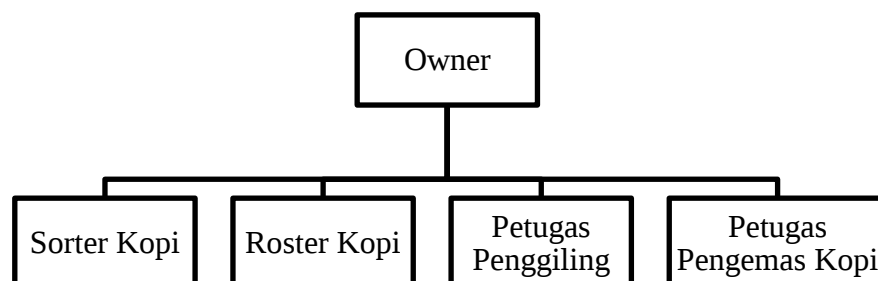
mengembangkan usaha pengolahan kopi. Seiring berjalanya waktu, usaha ini mengalami peningkatan yang membuat pemilik akhirnya memutuskan untuk membuka kedai Om Koplak (Omah Kopi Ngemplak) pada tahun 2018 sebagai wadah bagi para penggemar kopi untuk mencoba dan menikmati kopi olahan Omah Kopi Ngemplak, dan dengan ini diharapkan pemilik mampu membangun jejaring dengan teman dan komunitas pecinta kopi. Dan dalam perjalanan usahanya, pemilik juga mengembangkan aspek lain seperti pendidikan dan wisata kopi, sehingga diharapkan dengan adanya Omah Kopi Ngemplak mampu membantu dan menumbuhkan keingintahuan masyarakat terkhususnya anak-anak mengenai pengolahan kopi.

2.5 Struktur Organisasi Omah Kopi Ngemplak Boyolali

Dalam menjalankan usahanya, pemilik dibantu oleh 4 pekerja yang saling bekerja sama dan bertanggung jawab dalam setiap proses produksi pengolahan kopi.

Gambar 2.3

Struktur Organisasi



Sumber: Data Omah Kopi Ngemplak 2023

1. *Owner*

Tugas utama dari pemilik usaha ini adalah bertanggung jawab terhadap jalannya usaha ini. Selain itu, pemilik juga harus mengawasi setiap proses dan memastikan setiap proses dijalankan berdasarkan standar yang telah ditetapkan. Pemilik usaha Omah Kopi Ngemplak juga melakukan kegiatan distribusi produk sehingga pemilik dapat langsung mengetahui kekurangan dan kelebihan produk dari konsumen.

2. *Sorter kopi*

Sorter kopi memiliki tugas utama yaitu Memisahkan biji kopi berdasarkan kualitas, memisahkan biji kopi yang berkualitas baik dengan biji kopi yang cacat atau rusak. Selain itu, sorter kopi juga memiliki tugas untuk memisahkan biji kopi berdasarkan ukuran, kopi yang besar dan kecil akan diolah secara terpisah untuk menghasilkan kopi dengan rasa yang optimal. Biji kopi yang memenuhi standar akan diolah lebih lanjut ke tahap selanjutnya.

3. *Roster Kopi*

Roster kopi memiliki tugas utama memanggang biji kopi dengan menggunakan mesin roasting kopi. Proses roasting kopi harus dilakukan dengan hati-hati dan cermat agar biji kopi matang secara merata dan tidak gosong. Dalam menyangrai biji kopi, roster kopi menentukan tingkat kematangan biji kopi yang sesuai dengan jenis kopi dan profil rasa yang diinginkan. tingkat roasting kopi dapat dibedakan menjadi light roast, medium roast, dan dark roast.

4. Petugas Penggiling

Tugas utama dari penggiling kopi adalah untuk memastikan efektifitas dan efisiensi pengoperasian peralatan penggiling dan perawatanya, hingga mengawasi jalanya proses penggilingan biji kopi. Penggiling kopi juga memiliki kewajiban untuk mengukur dan menggiling biji kopi secara akurat sesuai dengan standar dan kualitas bubuk kopi yang telah ditetapkan.

5. Petugas Pengemas Kopi

Pengemas kopi mempunyai tugas utama untuk memastikan hasil olahan biji kopi terkemas dengan rapi. Pengemas kopi juga bertanggung jawab untuk mempersiapkan bahan kemasan seperti toples dan alumunium foil, memberikan label pada kemasan, hingga melakukan cek pada kemasan agar tidak terjadi kerusakan maupun kebocoran pada saat proses pengemasan.

2.6 Kegiatan Usaha Omah Kopi Ngemplak

2.6.1 Produksi Kopi

1. Melakukan pemanenan *green bean* dan sortasi.

Proses pemanenan *green bean* kopi, juga dikenal sebagai pemetikan ceri kopi, merupakan langkah penting dalam memastikan kualitas dan rasa produk kopi akhir. Proses ini terjadi pada saat bulan Juli sampai September pada saat ceri kopi sudah mencapai tingkat kematangan yang diinginkan dan pengumpulan ceri kopi matang dengan hati-hati pada puncak kematangannya. Pemetikan ceri kopi yang matang berrwarna merah tua,

memisahkannya dari ceri kopi yang masih hijau karena belum matang dan ceri kopi yang kehitaman karena terlalu matang dipohon. Ceri yang telah dipetik disortasi untuk memastikan kualitas dan konsistensi biji kopi. Sortasi sendiri adalah proses untuk memisahkan ceri kopi yang berkualitas baik dari yang tidak memenuhi standar, sehingga menghasilkan kopi dengan rasa dan aroma yang optimal nantinya. Proses ini harus dilakukan dengan cermat untuk menghasilkan biji kopi yang konsisten sesuai standar yang ditetapkan.

2. Rosting Biji Kopi

Proses meroasting biji kopi adalah tahap penting yang mengubah biji kopi mentah (*green beans*) menjadi biji kopi matang yang siap digiling dan diseduh. Berikut langkah-langkah umum untuk meroasting biji kopi:

a. Pengeringan (*Drying*)

Biji kopi mentah yang masih mengandung kadar air cukup tinggi dimasukkan ke dalam mesin *roaster*. Panas yang diberikan akan menguapkan sebagian besar kandungan air dalam biji kopi.

b. Penguningan (*Yellowing*)

Biji kopi mulai berubah warna menjadi kuning keemasan. Pada tahap ini, gula-gula alami dalam biji kopi mulai karamelisasi dan menghasilkan aroma yang khas.

c. Pecahan Pertama (*First Crack*)

Biji kopi mulai mengeluarkan suara seperti *popcorn* pecah. Suara ini menandakan bahwa minyak alami dalam biji kopi mulai keluar dan biji kopi mulai mengembang.

d. Pengembangan Rasa (*Roast Development*)

Setelah *first crack*, proses roasting dilanjutkan untuk mengembangkan rasa yang diinginkan. Semakin lama proses roasting, rasa kopi akan semakin gelap dan pahit. Pada tahap ini, Anda bisa menentukan tingkat kematangan biji kopi yang diinginkan, seperti *light roast*, *medium roast*, atau *dark roast*.

e. Pecahan Kedua (*Second Crack*)

Biji kopi mengeluarkan suara pecah lagi, namun lebih kecil dan lebih cepat dibandingkan *first crack*. Tahap ini menandakan bahwa biji kopi sudah sangat matang dan berpotensi menjadi pahit jika terlalu lama di-roasting.

3. Penggilingan dan pengemasan Biji Kopi

Setelah proses roasting, biji kopi yang sudah matang dan beraroma harum kemudian siap untuk digiling. Penggilingan biji kopi adalah proses mengubah biji kopi menjadi bubuk dengan ukuran yang sesuai untuk berbagai metode penyeduhan. Setelah digiling, bubuk kopi perlu dikemas dengan baik untuk menjaga kualitas dan aromanya. Tujuan pengemasan adalah untuk melindungi kopi dari paparan udara, cahaya, kelembapan, mempertahankan kesegaran kopi dan memberikan informasi mengenai produk.

4. Distribusi

Omah Kopi Ngemplak mendistribusikan produk kopi kemasan dengan cara menjual produknya secara grosir ke distributor kopi, toko kelontong, atau warung kopi. Produk juga dijual melalui platform *e-commerce* seperti Shopee. Kopi kemasan juga dijual langsung di toko retail milik Omah Kopi Ngemplak sendiri atau di gerai-gerai khusus kopi.

2.7 Jenis Produk Kopi

Secara garis besar, produk kopi kemasan omah kopi Ngemplak dibagi menjadi tiga jenis yaitu:

1. Kopi Robusta

Ciri Khas dari kopi robusta adalah rasanya lebih pahit dan memiliki kandungan kafein yang lebih tinggi dibandingkan arabika. Aroma yang dimiliki lebih kuat dan sedikit tanah.

2. Kopi Arabika

Kopi arabika memiliki rasa yang lebih asam, manis, dan memiliki aroma yang lebih beragam, seperti buah-buahan, bunga, atau cokelat, serta lebih ringan dan halus.

3. Kopi Nangka

Kopi nangka adalah varietas kopi liberika yang banyak ditemukan di Indonesia, khususnya di Jawa Tengah. Memiliki rasa yang unik, sering digambarkan sebagai perpaduan antara rasa manis nangka dan sedikit rasa asam.

Tabel 2.1**Daftar Produk Kopi Kemasan Omah Kopi Ngemplak Boyolali**

No.	JENIS PRODUK	KEMASAN (gram)	HARGA (Rp)
1.	Kopi Robusta Jawa <i>Roastbean</i>	250	40.000
2.	Kopi Robusta Jawa TS <i>Roastbean</i>	250	35.000
3.	Kopi Nangka <i>Roastbean</i>	250	60.000
4.	Wine Kopi Nangka <i>Roastbean</i>	250	120.000
5.	Wine Kopi Arabika <i>Roastbean</i>	250	120.000
6.	Kopi Arabika <i>Roastbean</i>	250	75.000
7.	Kopi Arabika Jawa Bubuk	100	35.000
8.	Kopi Robusta TS bubuk	100	17.000
9.	Kopi Nangka bubuk	100	25.000
10.	Kopi Arabika bubuk	100	35.000
11.	Wine Kopi Nangka bubuk	100	50.000
12.	Wine Kopi Arabika bubuk	100	50.000
13.	Kopi herbal bubuk	100	30.000
14.	Kopi Arabika	1000	250.000
15.	Kopi Nangka	1000	220.000
16.	Kopi Robusta	1000	130.000
17.	Kopi Rakyat	1000	90.000

Sumber: Data Omah Kopi Ngemplak 2024

2.8 Jenis Produk Kopi

Tujuan dari identifikasi responden ini untuk mengetahui kondisi responden, pada penelitian ini melibatkan 100 responden yang berusia minimal 18 tahun dan pernah membeli produk kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak setidaknya sekali dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Jenis kelamin, usia, pendidikan, tingkat

pendidikan, dan frekuensi pembelian produk kopi kemasan adalah semua data yang dikumpulkan dari responden.

2.8.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden dilihat dari jenis kelamin tercantum di bawah ini untuk mengetahui distribusi jenis kelamin pengguna produk kopi kemasan Omah kopi ngemplak Boyolali:

Tabel 2.2
Jenis Kelamin Responden

JENIS KELAMIN	FREKUENSI
WANITA	31
PRIA	69
TOTAL	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Data responden di atas memperlihatkan jawaban terbanyak sejumlah 69 responden perempuan dan responden laki-laki hanya berjumlah 31 responden. Dapat disimpulkan bahwa kebutuhan penggunaan produk kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak didominasi oleh pria dan lebih sering membeli produk karena mereka ingin memenuhi kebutuhan dan lebih sering mengonsumsi kopi.

2.8.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Identitas responden untuk mengetahui distribusi usia pengguna produk kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak, rentang usia responden ditampilkan berikut:

Tabel 2.3
Usia Responden

USIA	FREKUENSI
18-26	55
27-35	27
36-44	10
45-53	8
TOTAL	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Dilihat data usia di atas, dapat dilihat pengguna yang paling sering membeli produk kopi kemasan omah Kopi Ngemplak Boyolali berada di usia 18-26 tahun, sebanyak 55 orang dari total. Pengguna berikutnya adalah rentang usia 27-35 tahun sejumlah 27 orang. Responden berusia 36-44 tahun sejumlah 10 orang. Konsumen pada rentang usia 45-53 tahun meliputi 8 orang. Responden yang paling banyak adalah responden yang berusia 18-27 dengan 55 orang, karena rata-rata dari responden mempunyai penghasilan yang nantinya dapat digunakan untuk melakukan pembelian pada produk kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak. Selain itu, pada usia tersebut kebiasaan untuk mengkonsumsi kopi sangat tinggi.

2.8.3 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Data pendidikan responden ditampilkan untuk mengetahui distribusi tingkat pendidikan pelanggan produk kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak Boyolali. Data pendidikan responden ditunjukkan dibawah ini:

Tabel 2.4
Tingkat Pendidikan Responden

PENDIDIKAN	FREKUENSI
Tamat SD/Sederajat	1
Tamat SMP/Sederajat	6
Tamat SMA/Sederajat	59
Tamat Diploma	8
Tamat Sarjana/S1	26
Tamat Magister/S2	0
TOTAL	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Dilihat melalui hasil diatas menunjukkan responden dengan jumlah terbanyak adalah responden dengan Pendidikan SMA dengan jumlah sebanyak 59 orang. Responden dengan pendidikan SD berjumlah 1 orang, responden dengan pendidikan SMP berjumlah 6 orang, responden dengan Pendidikan diploma berjumlah 8 orang, responden dengan pendidikan S1 berjumlah 26 orang dan tidak terdapat responden yang memiliki pendidikan S2. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna produk kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak Boyolali, dengan pendidikan SMA dan S1 yang berjumlah 59 orang dan 26 orang.

2.8.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada penelitian ini, ditampilkan data mengenai jenis pekerjaan untuk mengetahui distribusi pekerjaan responden:

Tabel 2.5
Pekerjaan Responden

PEKERJAAN	FREKUENSI
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	4
Karyawan Swasta	43
Wirausaha	17
Buruh	2
Ibu Rumah Tangga	2
Mahasiswa/Pelajar	28
Pensiunan	0
Lainya	4
TOTAL	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Data yang ditampilkan pada tabel adalah pekerjaan responden, jadi jelas bahwa responden paling dominan memiliki pekerjaan Pelajar/Mahasiswa dan Karyawan Swasta jenis pekerjaan pelajar/mahasiswa memperoleh jumlah sebanyak sebesar 28 orang dan karyawan swasta dengan jumlah 43 orang. Sedangkan, jumlah buruh dan ibu rumah tangga memiliki jumlah responden masing-masing 2 orang, jumlah PNS adalah 4 orang, jumlah responden wirausaha 17 orang, dan responden yang memiliki pekerjaan selain yang ada di kategori yang telah disediakan sebanyak 4 orang, yaitu dengan mengisi dengan belum bekerja, pegawai kontrak, serta pegawai bank. Hal ini biasanya karena pelajar/mahasiswa dan karyawan swasta memiliki kebiasaan untuk mengkonsumsi kopi yang tinggi.

2.8.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Data yang di bawah ini adalah data pendapatan utama yang didapatkan oleh pekerjaan responden. Data mengenai pendapatan responden disajikan untuk mengetahui distribusi pendapatan responden setiap bulannya. Di bawah ini data pendapatan responden setiap bulan:

Tabel 2.6
Pendapatan Responden Setiap Bulan

PENDAPATAN	FREKUENSI
< Rp 2.000.000	32
Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	45
Rp 3.000.001 - Rp 4.000.000	18
Rp 4.000.001 - Rp 5.000.000	3
Lebih dari Rp 5.000.001	2
TOTAL	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Hasil jawaban pada tabel menunjukkan mayoritas responden mempunyai penghasilan kurang dari Rp 2.000.000 yaitu sejumlah 32 orang. Sedangkan pada rentang pendapatan Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 sebanyak 45 orang, responden dengan rentang pendapatan Rp 3.000.001 - Rp 4.000.000 sebanyak 18 orang, responden dengan rentang pendapatan Rp 4.000.001 - Rp 5.000.000 sebanyak 3 orang, dan yang diatas Rp 5.000.001 sebanyak 2 orang. Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas yang melakukan pembelian pada produk kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak memiliki penghasilan per bulan Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 dengan jumlah 43 orang.

2.8.6 Identitas Responden berdasarkan Frekuensi pembelian pada produk

Kopi Kemasan Omah Kopi Ngemplak Boyolali

Data yang dikumpulkan dari responden menunjukkan seberapa sering mereka membeli produk kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak di bawah ini:

Tabel 2.7
Frekuensi Pembelian Produk Kopi Kemasan

INTENSITAS	FREKUENSI
1-2 kali per bulan	49
3-4 kali per bulan	41
5-6 kali per bulan	7
Lebih dari 6 kali per bulan	3
TOTAL	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa frekuensi pembelian produk kopi kemasan Omah Kopi Ngemplak dengan tingkat frekuensi 1-2 kali per bulan sebanyak 49 orang, tingkat frekuensi 3-4 kali per bulan sebanyak 41 orang, tingkat frekuensi 5-6 kali per bulan sebanyak 7 orang, dan tingkat frekuensi lebih dari 6 kali per bulan sebanyak 3 orang.

2.8.7 Identitas Responden berdasarkan Varian Produk yang Sering Dibeli

Data yang dikumpulkan dari responden menunjukkan varian produk yang sering dibeli pada Omah Kopi Ngemplak di bawah ini:

Tabel 2.8
Frekuensi Varian Produk yang Sering Dibeli

Varian Produk	Frekuensi
Kopi Robusta Jawa <i>Roastbean</i>	8
Kopi Robusta Jawa TS <i>Roastbean</i>	6
Kopi Nangka <i>Roastbean</i>	5
Wine Kopi Nangka <i>Roastbean</i>	5
Wine Kopi Arabika <i>Roastbean</i>	2
Kopi Arabika <i>Roastbean</i>	3
Kopi Arabika Jawa Bubuk	5
Kopi Robusta TS bubuk	4
Kopi Nangka bubuk	11
Kopi Arabika bubuk	11
Wine Kopi Nangka bubuk	8
Wine Kopi Arabika bubuk	4
Kopi herbal bubuk	12
Kopi Arabika	7
Kopi Nangka	1
Kopi Robusta	3
Kopi Rakyat	5
Kopi Arabika bubuk	11

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari beberapa varian produk yang dibeli, kopi robusta jawa *roastbean* dibeli sebanyak 8 orang, kopi robusta jawa ts *roastbean* dibeli oleh 6 orang, kopi nangka *roastbean* 5 orang, wine kopi nangka *roastbean* 5 orang, wine kopi arabika *roastbean* 2 orang, kopi arabika *roastbean* 3 orang, kopi arabika jawa bubuk 5 orang, kopi robusta ts bubuk 4 orang, kopi nangka bubuk 11 orang, kopi arabika bubuk 11 orang, wine kopi nangka bubuk 8 orang, wine kopi arabika bubuk 4 orang, paling banyak kopi herbal bubuk sebanyak 12 orang, kopi arabika 7 orang, kopi Nangka 1 orang, kopi robusta 3 orang, kopi rakyat 5 orang, dan kopi arabika bubuk sebanyak 11 orang responden.