

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

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 baik remaja, orang dewasa maupun orang tua. Semakin tingginya permintaan dan semakin berkembangnya tren minum kopi di kalangan masyarakat membuat semakin banyak pelaku bisnis yang turut mencoba untuk memasuki dunia bisnis kedai kopi atau coffee shop (Putri et al., 2020).

Pada masa sekarang bisnis makanan atau bisnis kuliner menjadi bisnis yang memiliki tingkat pertumbuhan paling cepat dan tinggi di dunia. Pesatnya pertumbuhan di industri jasa makanan dan minuman juga memicu tumbuhnya berbagai bentuk konsep baru dari bisnis seperti konsep penataan tempat yang dibuat menarik, dan lain lain. Salah satu usaha yang sangat booming di kalangan anak muda saat ini adalah usaha yang bergerak di bidang kedai kopi atau coffee shop (Damariyanti et al., 2021).

Persaingan bisnis yang kini semakin terlihat yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner baik makanan maupun minuman. Salah satunya yaitu pada usaha Coffe Shop atau Kedai kopi. Dimana seiring meningkatnya minat dan Trand berkunjung ke Kedai kopi maka semakin banyak orang yang datang ke Kedai kopi. Bukan hanya untuk mengkonsumsi kopi, tetapi selain itu juga konsumen atau pengunjung menggunakan Kedai kopi sebagai tempat untuk

melakukan acara pertemuan dan reuni, rapat, maupun tempat untuk mengerjakan tugas atau sekedar bersantai setelah menjalankan rutinitas sehari-harinya. Hal ini disebabkan karena Kedai kopi bukan hanya menjual menu-nya tetapi juga suasananya. Karena melihat peluang banyaknya konsumen tersebut sehingga mulai banyak pelaku usaha yang mendirikan usaha Kedai kopi (Baba et al., 2019).

Kedai kopi merupakan hal yang tidak asing lagi di telinga masyarakat saat ini di Indonesia. Masyarakat Indonesia terutama anak muda menyukai untuk memiliki komunitas sosial, dimana mereka bisa berbagi pengalaman bercanda, maupun menemukan teman baru. Kedai kopi merupakan suatu tempat yang menyediakan minuman seperti kopi, teh, dan minuman lainnya. Terdapat juga beberapa kedai kopi yang menjual makanan ringan sebagai pelengkap. Bisnis Kedai kopi termasuk bisnis yang beresiko besar. Karena bisnis Kedai kopi beda dengan bisnis-bisnis lain. Jika memiliki pangsa pasar yang bagus, maka bisnis Kedai kopi akan memberi keuntungan yang berlipat ganda. Konsumen menginginkan nilai dari barang tersebut yaitu nilai kualitas dan nilai pengalaman. Konsumen menganggap kopi memenuhi standar kualitas apabila kopi tersebut menghasilkan aroma dan rasa yang enak dan memberi manfaat. Selain itu suasananya yang ada di Kedai kopi juga harus nyaman sehingga pelanggan atau konsumen betah berada di Kedai kopi tersebut (Baba et al., 2019).

Dalam penelitian untuk menganalisis kelayakan usaha yaitu menggunakan analisis NPV, IRR, dan B/C Ratio. Strategi pengembangan menggunakan analisis SWOT (Siadari & Samosir, 2020).

Suatu usaha dalam pelaksanaannya pada umumnya memerlukan dana yang cukup besar untuk keberlangsungan dan keberlanjutan usahanya. Baik itu untuk proses produksi maupun investasi. Namun banyak usaha yang setelah dijalankan sekian lama ternyata tidak menguntungkan. Oleh karena itu, perlu ada sebuah kajian untuk meninjau kembali untuk mengetahui layak atau tidaknya suatu usaha dilaksanakan (Supriyanto & Wiwoho, 2017).

Dalam strategi pengembangan bisnis dapat dianalisis menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) Bisnis yang baik jika bisnis tersebut memiliki strategi yang baik pula dalam menjalankan usahanya. Analisis SWOT (*Strength, Weaknes, Opportunity, Threats*) adalah suatu identifikasi yang di gunakan dalam merumuskan secara sistematis strategi dalam sebuah pengambilan keputusan yang berkaitan hal yang sangat penting dalam suatu pemerintah dan juga perusahaan, untuk memaksimalkan kinerja dan juga target yang sudah menjadi focus utamanya ya itu visi dan misi baik instansi pemerintah maupun instansi swasta. Dengan hal tersebut perencanaan strategi harus menganalisis faktor apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap lembaga tersebut, atau organisasi. untuk menunjukkan kinerja bisnis ((Nasution & Yoman, 2021).

Third Bid Coffee adalah salah satu kedai kopi yang ada di kota Pati dengan alamat di Kalungbayan, Jakenan, Pati. Kedai kopi ini menyediakan berbagai macam varian kopi mulai dari espresso, latte, cappuccino, v60, vietnam drip, dan french press. Selain minuman kopi ada juga minuman non kopi seperti mojito, milkshake dan ice tea dilengkapi dengan makanan pendamping kopi yang juga bervariasi. Dari varian menu yang ditawarkan

oleh Third Bid Coffee membuat pelanggan mulai berdatangan untuk mencicipi rasa dan kualitas produknya. Berdasarkan percakapan dengan owner jumlah pengunjung yang datang ke Third Bid Coffee masih sedikit dan belum mencapai target, yaitu baru 40% dari target yang dituju. Hal ini dikarenakan kurangnya promosi dan pemasaran dari Kandra Coffee sehingga target market yang dituju belum tersebar dan belum tercapai. Selain pemasaran yang belum maksimal, tempat yang disediakan juga terbilang tidak luas dan tempat parkir yang juga tidak luas.

Kajian analisis yang digunakan untuk strategi pengembangan dan kelayakan usaha menggunakan SWOT. Analisis SWOT dipilih karena merupakan alat yang cepat, efektif dan efisien dalam menemukan kemungkinan-kemungkinan yang berkaitan dengan pengembangan, pengambilan keputusan dan memperluas visi dan misi organisasi (Putri et al, 2014). Matriks SWOT disusun berdasarkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diperoleh dari hasil analisis dan diskusi dengan pakar. Berdasarkan kondisi tersebut diperlukan suatu metode yang dapat mengakomodasi terjadinya keterkaitan antar kriteria yaitu metode Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM) yang merupakan suatu alat untuk melakukan evaluasi pilihan alternatif secara objektif, menetapkan daya tarik relatif dari tindakan alternatif yang layak dan memutuskan strategi mana yang terbaik (Damariyanti et al., 2021).

Berkaitan dengan latar belakang pada tugas akhir ini, penelitian difokuskan pada analisis kelayakan dan strategi pengembangan bisnis pada

Third Bid Coffee yang diberi judul Analisis Kelayakan Usaha Dan Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi “Third Bid Coffee”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam pembuatan tugas akhir ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis kondisi lingkungan Kedai Kopi Third Bid Coffee di Pati ?
2. Bagaimana kelayakan bisnis pada Kedai Kopi Third Bid Coffee di Pati ?
3. Bagaimana pengembangan bisnis plan pada Kedai Kopi Third Bid Coffee di Pati ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dalam pembuatan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kondisi lingkungan Kedai Kopi Third Bid Coffee di Pati.
2. Untuk menganalisis kelayakan bisnis pada Kedai Kopi Third Bid Coffee di Pati.
3. Untuk mengetahui pengembangan bisnis plan pada Kedai Kopi Third Bid Coffee di Pati.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya:

### 1. Bagi Penulis

Sebagai penerapan dari teori dan praktikum mata kuliah yang telah dipelajari selama mengikuti pendidikan di jurusan Manajemen dan Administrasi Logistik di Universitas Diponegoro Semarang dengan membuat bisnis plan kelayakan bisnis yang termasuk dalam aspek lingkungan Kedai Kopi Third Bid Coffee di Pati.

### 2. Bagi Program Studi

- a) Dapat dijadikan bahan referensi untuk semua adik tingkat yang akan mencapai ditahap pembuatan skripsi pada tahun yang akan datang.
- b) Dapat dijadikan sebagai sebuah dokumentasi untuk semua yang sudah diteliti dan dimanfaatkan sebagai ucapan rasa terima kasih terhadap semua pihak yang mempunyai peranannya masing-masing dalam menuntaskan masa perkuliahannya.

### 3. Bagi Kedai Kopi Third Bid Coffee di Pati

sebagai sumbangan pemikiran mengenai kelayakan bisnis yang termasuk dalam studi kelayakan dan strategi pengembangan bisnis di Kedai Kopi Third Bid Coffee di Pati guna meningkatkan pendapatan di kedai kopi dan memberikan evaluasi bisnis plan yang lebih baik dari sebelumnya.