

BAB I PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil dan pengeksport biji kopi di dunia dengan total jumlah produksi pada tahun 2017 mencapai 660.000 ton biji kopi (As'ad dan Aji, 2020). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah tahun 2020-2021 terdapat 2 jenis produksi kopi yakni Kopi Arabika dengan jumlah produksi pada tahun 2020 sebesar 2719,40 ton meningkat 11,7% pada tahun 2021 sebesar 3197,24 ton dan Kopi Robusta dengan jumlah produksi pada tahun 2020 sebesar 23279,86 ton meningkat 10% pada tahun 2021 sebesar 24008,45 ton (BPS, 2022). Menurut Kementerian Pertanian (2018), menyatakan bahwa konsumsi kopi masyarakat mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Pada tahun 2021, konsumsi kopi di Indonesia diprediksi mengalami peningkatan sebesar 8,22% per tahun (Pusat data dan sistem informasi Pertanian Kementerian Pertanian, 2022).

Berdasarkan data BPS (2022), produksi kopi di Indonesia meningkat sebesar 10% (BPS, 2022), maka dapat memberikan peluang bagi pelaku usaha UKM maupun UMKM untuk dapat berkembang. Perkembangan bisnis kedai kopi yang berkembang saat ini harus mampu memberikan pilihan untuk memenuhi kebutuhan akan ketersediaan produksi hingga pelayanan kedai kopi. Oleh karena itu, kedai kopi diharapkan tetap menjadi pemenuhan kebutuhan dalam kondisi persaingan yang kuat antar kedai kopi lainnya (Damis, 2018).

Antusias masyarakat terhadap kedai kopi khususnya anak muda sangatlah tinggi, hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya kedai kopi yang muncul di Kota Kudus untuk menjadi pilihan melakukan aktivitas berkumpul atau pertemuan-pertemuan lainnya. Hal ini dipertegas kembali dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada salah satu pengunjung kedai kopi. Menurut Ana Rozaidah salah satu pengunjung kedai kopi di Kudus mengatakan bahwa kedai kopi merupakan tempat sangat nyaman untuk dijadikan tempat ngobrol santai serta berdiskusi dengan teman-teman, serta dengan adanya fasilitas Wi-Fi sebagai penunjang kebutuhan untuk mengerjakan tugas kuliah (Sumber diolah, 2022). Dari wawancara tersebut dapat dipahami bahwa kedai kopi adalah tempat yang

sesuai dengan gaya hidup saat ini. Akan tetapi, ada beberapa hal yang dapat menimbulkan persaingan dan tantangan bagi pelaku bisnis. Tantangan bisnis yang dialami adalah bagaimana cara pemilik usaha dapat menarik pelanggan dan terus mempertahankan usahanya di tengah banyaknya kedai kopi yang bermunculan di Kudus.

Saat ini munculnya kecenderungan berkumpul di kedai kopi pada berbagai kalangan di pengaruhi oleh popularitas kedai tersebut. Berikut rincian popularitas kedai kopi di Kudus dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Popularitas kedai kopi di Kudus

| No | Nama Kedai | Rating pelanggan | Alamat |
|----|-------------------|------------------|-------------------------------|
| 1 | Sidji Coffee | ★★★★★ | Jl. Getas Pejaten |
| 2 | No. 8 after coffe | ★★★★★ | Jl. Ngembal rejo |
| 3 | Serua coffe | ★★★★★ | Jl. Lambao Singocandi |
| 4 | Kopi Cilik | ★★★★☆ | Jl. Kyai Telingsing No.96/380 |
| 5 | Ngopiditeras | ★★★★☆ | Jl. Gadon Kaliwungu |

(sumber: Google, 2022)

Berdasarkan tabel 1.1, dapat diketahui bahwa kedai Sidji coffe yang terdapat di Jalan Getas Pejaten memiliki interior yang bagus, makanan dan minuman yang sebanding dengan harga yang di tawarkan yakni dimulai dari Rp. 18.000,- serta tempat yang luas sehingga pengunjung dapat melakukan kegiatan berkumpul dengan jumlah yang banyak. Namun, terdapat kekurangan yang ada pada sidji coffe yakni fasilitas Wi-Fi yang kurang lancar sehingga banyak dikeluhkan bagi pengunjung yang memerlukan fasilitas Wi-Fi untuk mengerjakan tugas maupun melakukan pekerjaan. Untuk kedai kopi No. 8 Coffe memiliki keunggulan dalam tempat yang terbuka sehingga pengunjung dapat menikmati makanan maupun minuman dengan melihat langsung pemandangan gunung dan sawah, namun terdapat kekurangan pada kedai kopi No. 8 Coffe adalah kurangnya stop kontak yang dapat dijangkau pengunjung untuk mengisi daya baterai laptop maupun HP. Selain sidji coffe dan No.8 Coffe terdapat kedai kopi Serua Coffe

yang memiliki keunggulan pada tempat yang luas, Wi-Fi yang dapat berjalan dengan baik serta stop kontak yang tersedia pada setiap meja, namun terdapat kekurangan pada kedai kopi Serua Coffe yakni harga yang ditawarkan di atas Rp. 20.000,-, harga tersebut termasuk tinggi dengan rasa makanan yang kurang menurut para pelajar dan mahasiswa. Karena pengunjung yang ingin datang ke kedai kopi tidak semua para pekerja, namun terdapat juga para pelajar atau mahasiswa yang ingin mengerjakan tugas pada kedai kopi.

Berbeda dengan kopi cilik yang memiliki rating di bawah dari ketiga kedai sebelumnya dikarenakan kedai kopi cilik memiliki harga yang dapat dijangkau dari kalangan pelajar, mahasiswa maupun pekerja, namun terdapat kekurangan pada kedai kopi cilik adalah tata letak ruangan yang kurang menarik serta pengunjung mengeluhkan tentang fasilitas Wi-Fi yang tidak dapat digunakan. Selain kedai kopi cilik yang memiliki rating kurang dari bintang 5, ada juga kedai kopi ngopiditeras yang memiliki keunggulan pada sajian produk yang menggunakan bahan alami sehingga pengunjung dapat menikmati kopi dari harga Rp. 10.000,- dengan suasana menenangkan seperti sedang menikmati kopi di depan teras rumah, namun terdapat kekurangan pada kedai kopi ngopiditeras adalah tempat yang hanya seluas teras dan halaman rumah dari pemilik kedai kopi sehingga pengunjung tidak dapat melakukan pertemuan dengan jumlah masa yang banyak.

Berdasarkan pra-kuesioner dari 11 responden pada Kedai Kopi “Ngopiditeras” terkait kualitas pelayanan, fasilitas dan tempat menyatakan bahwa dari segi fasilitas dan pelayanan kurang memuaskan yakni sebesar 50% untuk kategori kedai kopi di Kota Kudus. Banyaknya industri kedai kopi di Kota Kudus menyebabkan adanya persaingan yang kuat antar pelaku usaha. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis kelayakan usaha kedai kopi “Ngopiditeras” agar pemilik kedai kopi mengetahui usaha tersebut dianggap layak atau tidak untuk dikembangkan, serta dilakukannya strategi pengembangan bisnis untuk dapat menentukan langkah agar dapat menarik pelanggan serta mampu meningkatkan daya saing antar pelaku usaha kedai kopi di Kota Kudus.

Analisis finansial kelayakan usaha dilakukan untuk melihat apakah usaha dapat menguntungkan dan layak dikembangkan pada masa mendatang, perhitungan analisis kelayakan finansial berdasarkan pada *Net Present Value*

(NPV) *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Payback Periode* (PP). Hasil dari kelayakan usaha yang telah dilakukan diketahui bahwa usaha dapat menguntungkan dan layak diusahakan karena nilai NPV yang diperoleh lebih besar dari 0 sehingga bunga pada tingkat suku bunga yang digunakan adalah 0, serta dengan penggunaan metode *Payback Period* (PP) mampu melihat berapa lama waktu yang di perlukan untuk mengembalikan modal atau investasi yang telah di keluarkan. Hal ini dikarenakan penggunaan analisis finansial kelayakan usaha dapat menunjang keberlanjutan usaha tersebut dalam mengidentifikasi target pasar, startegi pasar, analisis keuangan dan manajemen usaha (Nardianto, Affandi, & Murnianti, 2019). Analisis terhadap kelayakan maupun strategi pengembangan usaha diantaranya telah dilakukan oleh Ginting, (2022) terhadap usaha coffe shop “Orion Cafe” analisis tersebut ditinjau dari aspek aspek finansial dan nonfinansial dengan menggunakan strategi pemasaran berdasarkan 7P yang sudah direncanakan dengan baik oleh pemilik Orion Cafe. Berdasarkan hasil analisis aspek finansial yang dilakukan dilakukan dengan kriteria investasi, usaca coffee shop “orion cafe” ini dapat dinyatakan layak untuk dijalankan, namun dari aspek non-finansial Coffe shop “Orion Coffe sudah dianggap layak dijalankan kerena memproyeksikan dari beberapa aspek penting yang ada. Namun, dari beberapa aspek masik perlu ditingkatkan seperti dalam hal aspek pasar dan pemasaran perlu dilakukan secara trutin seperti melakukan promosi melalui media sosial dan juga bekerja sama denganb pihak lain.

Menurut Sugiyanto (2021), Setelah melakukan analisis kelayakan usaha dengan melihat aspek finansial, dapat menentukan strategi pengembangan usaha menggunakan metode SWOT yang digunakan untuk memberikan evaluasi pada Kekuatan (*strengths*), Kelemahan (*weaknessess*), Peluang (*opportunities*), dan Ancaman (*threats*) sehingga dapat dianalisis dengan tepat hubungan dari setiap aspeknya menggunakan tabel secara lebih mudah.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Karami (2021) dari hasil analisis perencanaan strategi pemasaran menggunakan metode SWOT menghasilkan 5 alternatif strategi yang dapat diimplementasikan pada perusahaan, serta hasil dari metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) menghasilkan 1 strategi yang dapat diimplementasikan pada perusahaan guna

melakukan pemasaran. Dengan metode SWOT berisikan strategi meningkatkan promosi, pembacaan tren atau fenomena, mengamati langkah pemasaran pesaing dan meningkatkan cita rasa khas.

Strategi yang telah didapatkan dari hasil analisis SWOT dapat dilanjutkan untuk menganalisis keunggulan menggunakan empat indikator dari sumber daya perusahaan sehingga dapat menghasilkan kekuatan dan kelemahan pada sumber daya yang dimiliki. Menurut (Butarbutar, Tricahyono, & Djatmiko, 2017), Analisis keunggulan menggunakan kerangka VRIO akan membantu dalam menilai sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki melalui *Values, Rarity, Imitability dan Organization* sehingga mampu menghasilkan keunggulan dalam bersaing. Sedangkan analisis keunggulan lainnya yang telah dilakukan menggunakan metode RBV (*Resources Based View*) yang merupakan mengidentifikasi dengan cara tinjauan terhadap kombinasi dari asset, keahlian, kapabilitas dan aset tak berwujud. metode RBV tidak dapat digunakan untuk seluruh usaha yang dijalankan karena tidak semua pemilik usaha akan memberikan informasi mengenai asset yang dimiliki (Masitoh, 2019)

Berdasarkan permasalahan serta penelitian terdahulu yang telah dilakukan, maka analisis kelayakan usaha dan strategi pengembangan usaha Kedai Kopi “Ngopiditeras” dapat dilakukan dengan mempertimbangkan aspek finansial serta analisis strategi pengembangan usaha dapat dilakukan menggunakan analisis SWOT menggunakan kerangka VRIO (*Value, Rarity, Imitability, Organization*). Penggabungan metode analisis kelayakan usaha dan strategi pengembangan usaha, berdasarkan perbedaan dalam kelebihan dari masing-masing metode. Sehingga diharapkan dapat mengetahui keunggulan yang ada pada kedai kopi ngopiditeras berdasarkan kelayakan usaha dan strategi pengembangan dari kedai kopi ngopiditeras.

1. 2.Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana analisis kelayakan usaha pada kedai kopi “Ngopiditeras” berdasarkan aspek finansial ?

2. Bagaimana strategi pengembangan usaha kedai kopi “Ngopiditeras” menggunakan analisis SWOT dengan kerangka VRIO ?

1. 3. Batasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Penelitian ini berfokus pada tingkat kelayakan usaha dan strategi pengembangan usaha Kedai Kopi “Ngopiditeras”
2. Penelitian ini hanya menggunakan data hasil penjualan 5 menu *best seller* yang telah terjual pada 6 bulan terakhir
3. Pembahasan hanya analisis kelayakan usaha berdasarkan aspek finansial dan analisis strategi dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT pada usaha Kedai Kopi “Ngopiditeras”
4. Pembahasan hanya analisis keunggulan bersaing dengan kedai kopi di Kota Kudus menggunakan analisis VRIO

1. 4. Tujuan

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis kelayakan pada kedai kopi “Ngopiditeras” berdasarkan aspek finansial
2. Membuat strategi pengembangan usaha kedai kopi “Ngopiditeras” menggunakan analisis SWOT dengan kerangka VRIO

1. 5. Sistematika penulisan

Berikut merupakan sistematika dalam penulisan skripsi, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penulisan dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang penguraian teori pengertian kopi, teori definisi bisnis, teori kelayakan usaha berdasarkan aspek finansial, teori strategi pengembangan bisnis menggunakan analisis SWOT, teori strategi

keunggulan bersaing dengan kerangka VRIO, penelitian terdahulu yang telah dilakukan serta kerangka berpikir dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang *Flowchart* penelitian dan penjelasannya

BAB IV PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisikan tentang profil kedai kopi “Ngopiditeras”, identifikasi Matriks IFE, identifikasi Matriks EFE, Matrik SWOT, Identifikasi VRIO serta analisis hasil yang dilakukan.

BAB V PENUTUPAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang dihasilkan oleh dari analisis data yang telah dilakukan.

