

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pola hidup masyarakat yang rata-rata menghabiskan waktu diluar rumah dari pagi hari hingga malam hari, serta perkembangan teknologi dan internet menjadi mendorong perubahan gaya hidup menjadi serba *instant* (cepat). Masyarakat Indonesia saat ini cenderung lebih menyukai dan memenuhi kebutuhan pangan mereka dengan mengkonsumsi makanan yang dibeli dari luar. Perubahan pola dan gaya hidup ini menjadi peluang bisnis bagi para pelaku bisnis di Indonesia.

Berdasarkan pada fakta diatas, banyak perusahaan yang tertarik untuk membuka bisnis kuliner untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern tersebut. Selain dari nilai investasi yang cenderung lebih kecil, juga adanya potensi pasar yang besar. Inilah yang menjadi salah satu pemicu berkembangnya wisata kuliner yang setiap tahunnya meningkat sebesar 14% (CNN, 2017).

Salah satu jenis usaha kuliner yang diduga akan mengalami peningkatan adalah *coffee shop*. *Coffee shop* merupakan suatu industry minuman yang cukup menarik untuk dijadikan salah satu objek wisata kuliner di Bogor, karena mempunyai keunggulan yaitu suatu tempat makan dan minum yang bernuansa modern dan dapat dijadikan tempat santai atau kumpul bersama keluarga dan kerabat.

Nilai PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) dapat mencerminkan gambaran perekonomian wilayah secara umum serta tingkat kesejahteraan masyarakatnya. Ukuran PDRB yang dapat menggambarkan tingkat kesejahteraan masyarakat secara kasar adalah nilai PDRB per kapita. Pada tahun 2017 PDRB per kapita penduduk Kota Bogor adalah 26,51 juta rupiah per tahun. (BPS Kota Bogor 2018). Nilai PDRB per kapita Kota Bogor menurut BPS Kota Bogor menunjukkan terjadi peningkatan dari tahun ke tahun menandakan terjadinya peningkatan kemakmuran masyarakat Kota Bogor secara umum sebagai akibat dari peningkatan output produksi sector ekonominya.

Bisnis kuliner kopi di Indonesia menjadi bisnis yang signifikan berkembang. Berkembangnya peminat kopi menjadikan permintaan kopi di Indonesia kian meningkat. Kementerian perindustrian dan perdagangan pada siaran pers (2017) menyatakan bahwa produksi kopi nusantara merupakan ketiga terbesar di dunia. Menurut Ketua

Kompartemen Industri dan Kopi Spesial Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) Pranoto Soenarko memperkirakan konsumsi kopi di pasar domestic Indonesia akan mencapai 1.6 kg – 1.7 kg per kapita. Proyeksi tersebut meningkat pesat dibandingkan dengan kondisi pada 10-12 tahun lalu yang hanya 0.8 kg per kapita. Pengamat kopi dari AEKI, Eris Susandi, melihat adanya peningkatan jumlah penikmat kopi berkualitas di Indonesia, sebagian besar jumlahnya masih didominasi oleh kalangan anak muda (Republika, 2017).

Bakar Seduh adalah salah satu *coffee shop* di Kota Bogor yang menjual kopi nusantara dengan proses manual. *Coffee shop ini* terletak di lokasi yang cukup strategis, namun Bakar Seduh tidak menyediakan fasilitas *dine-in* yang dimana konsumen bisa menikmati makanan & minuman mereka ditempat tersebut. Bakar Seduh menggunakan system *take away*, dimana hanya menyediakan tempat duduk bagi konsumen untuk menunggu pesanan mereka selesai dibuat. Menu yang ditawarkan hanya bersifat dua macam, cukup unik sesuai dengan namanya. Dimana bakar artinya membakar untuk menu makanan dan Seduh untuk menu minuman. Bakar seduh menyediakan minuman berbahan dasar kopi, coklat, dan buah dan untuk menu makanan Bakar Seduh menyediakan berbagai varian roti bakar dengan beberapa jenis varian dasar roti itu sendiri, seperti roti gandum, roti coklat, roti keju, roti pisang dan roti berbalut daging asap. Bakar Seduh berdiri pada tahun 2019. Di usia yang cukup muda Bakar Seduh dengan cepat sudah menjalin kerja sama dengan membuka cabang keduanya di Tangerang, dan pada tahun 2020 Bakar Seduh membuka cabang ketiga yaitu di Klender Jakarta Timur. Namun pada awal 2021 cabang franchise Bakar Seduh tersebut tidak melanjutkan penjualan (tutup) dikarenakan penjualan yang tidak meningkat. Penjualan di Bakar Seduh Pajajaran meningkat setiap bulannya, namun pada tahun 2021 penjualan mengalami fluktuasi. Hal ini dapat dilihat dari tabel omset penjualan Bakar Seduh Pajajaran periode Januari 2021 – Desember 2021, seperti yang disajikan pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 Omset Penjualan Bakar Seduh Pajajaran selama 1 tahun

OMSET BAKAR SEDUH PAJAJARAN			
PERIODE JANUARI 2021 - DESEMBER 2021			
No	Bulan	Omset (Rp)	Perkembangan Penjualan (%)
1	JANUARI	Rp 30,669,000	-
2	FEBRUARI	Rp 22,991,000	-25%
3	MARET	Rp 31,894,000	4%
4	APRIL	Rp 26,407,000	-14%
5	MEI	Rp 30,445,000	-1%
6	JUNI	Rp 28,702,000	-7%
7	JULI	Rp 21,484,000	-30%
8	AGUSTUS	Rp 36,873,000	20%
9	SEPTEMBER	Rp 36,010,000	17%
10	OKTOBER	Rp 40,614,000	32%
11	NOVEMBER	Rp 37,342,000	22%
12	DESEMBER	Rp 42,348,000	38%
TOTAL		Rp 385,779,000	

Sumber : Bakar Seduh (telah diolah 2021)

Tabel 1.1 menyajikan omset penjualan Bakar Seduh dalam satu tahun (2021) yang menunjukkan bahwa terjadi penurunan omset yang cukup signifikan di bulan Februari 2021 sebesar 25%. Namun juga terjadi peningkatan kembali pada bulan Agustus sampai dengan bulan Desember 2021. Faktor yang menyebabkan kondisi fluktuatif disebabkan oleh kondisi pandemi covid-19 dimana peraturan pemerintah yang memberlakukan PSBB dan PPKM sehingga terjadi kemacetan dalam penjualan dan juga banyaknya *Coffee Shop* sejenis di Kota Bogor yang baru maupun yang sudah lebih lama berdiri yang menawarkan berbagai inovasi baru untuk memanjakan konsumen.

Semakin meningkatnya jumlah *coffee shop* di Kota Bogor menunjukkan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu perlu diperhatikan strategi pengembangan bisnis yang digunakan. Berdasarkan latar belakang tersebut maka

peneliti tertarik untuk meneliti penerapan strategi pengembangan bisnis pada *coffee shop* Bakar Seduh Pajajaran. Maka focus penelitian ini adalah “**Strategi Pengembangan Bisnis Pada Coffee Shop Bakar Seduh Pajajaran**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah :

1. Penurunan omset penjualan.
2. Letak *coffee shop* yang kurang strategis.
3. Tuntutan konsumen terhadap menu yang beragam dan inovatif.
4. Banyaknya *coffee shop* yang menawarkan menu lebih bervariasi sekaligus fasilitas yang lebih nyaman.

1.3 Batasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini adalah menganalisis formulasi strategi *Coffee Shop* Bakar Seduh Pajajaran berdasarkan lingkungan internal yang dimiliki serta lingkungan eksternal yang dihadapi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, maka penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Faktor – faktor internal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan dan faktor- faktor eksternal apa saja yang menjadi peluang dan ancaman Bakar Seduh Pajajaran ?
2. Alternatif strategi apa saja yang dapat dilakukan oleh *Coffee Shop* Bakar Seduh Pajajaran ?
3. Bagaimana strategi yang tepat yang bisa diterapkan oleh manajemen Bakar Seduh agar dapat mengembangkan bisnisnya ?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengidentifikasi faktor – faktor lingkungan internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dan Faktor – faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman.
2. Mengetahui alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh *Coffee Shop* Bakar SeduhPajajaran.
3. Untuk merekomendasikan strategi pengembangan bisnis yang tepat yang bisa diterapkan oleh manajemen Bakar Seduh dalam mengembangkan bisnisnya.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna untuk perusahaan dalam mengembangkan bisnis. Sebagai informasi mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan dan mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi.
2. Bagi pembaca
Menambah ilmu pengetahuan tentang bagaimana cara melakukan strategi pengembangan bisnis yang baik dan benar menggunakan metode yang sistematis.
3. Bagi Wahana Akademik
Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan, sehingga meningkatkan pengetahuan mengenai strategi pengembangan bisnis yang digunakan perusahaan untuk mengembangkan bisnis.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut penelitian ini, maka materi – materi yang tertera pada penelitian ini dikelompokkan menjadi beberapa sub-bab dengan sistematikapenyampaian sebagai berikut :

BAB I	PENDAHULUAN
	Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA
	Bab ini berisi teori – teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN
	Bab ini berisi tentang waktu dan tempat penelitian, responden penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data penelitian.
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
	Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan yang secara lebih lengkap membahas fenomena yang ada dalam penelitian.
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN
	Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.
	DAFTAR PUSTAKA
	Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.