

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Gagasan Awal

Hotel adalah sebuah bangunan yang dikelola secara komersial yang bertujuan untuk menyediakan dan memberikan fasilitas kepada wisatawan, seperti jasa akomodasi atau penginapan, dengan cara membelinya sesuai dengan peraturan dan ketentuan masing-masing hotel tersebut (Rachmadizal et al., 2022). Menurut Damayanti et al. (2021) awalnya hotel hanya merupakan sebuah akomodasi yang menyediakan suatu tempat untuk tidur atau menginap. Namun seiring dengan berjalannya waktu, istilah akomodasi dalam sebuah hotel berkembang dengan luas yang mengartikan hotel menjadi suatu tempat dimana seseorang dapat tidur, beristirahat, atau menginap dalam waktu yang sementara saja selama perjalanannya dan juga mendapatkan makan dan minum serta pemenuhan kebutuhan lainnya. Oleh karena itu, sebagian besar hotel pada saat ini perlu menyediakan fasilitas makan dan minum seperti restoran untuk memenuhi kebutuhan tamu yang sedang berkunjung atau menginap.

Walker & Walker (2014) mendefinisikan restoran sebagai bagian yang penting dari gaya hidup manusia sehari-hari, untuk bersosialisasi, serta makan dan minum. Restoran juga menawarkan tempat untuk bersantai dan menikmati kebersamaan dengan keluarga, teman, kolega, dan rekan bisnis. Saat ini, perkembangan bisnis restoran sudah berkembang dengan sangat

pesat di seluruh dunia terutama di Indonesia. Perkembangan bisnis restoran dapat dilihat dari berbagai macam bentuk dan jenis layanan yang disediakan. Menurut Putri (2021) dalam bukunya, mengklasifikasikan jenis restoran menjadi 17 jenis yang terdiri atas *casual dining, family style, fine dining, fast casual, fast food, barbecue, brasserie, buffet, café, cafeteria, coffee house, destination, greasy, tabletop, Mongolian barbecue, pub*, dan *teppanyaki-style*.

Saat ini pertumbuhan bisnis penyedia makanan dan minuman bertumbuh dengan sangat pesat di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik yang dipublikasikan pada Juni 2022, terdapat sebanyak 8.042 usaha restoran atau rumah makan yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Kementerian Perindustrian Indonesia juga mencatat pertumbuhan sektor industri makanan dan minuman naik sebesar 3,68% pada tahun 2022. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu 2021 yang hanya naik sebesar 2,95%. Hingga pada saat ini, pertumbuhan bisnis penyedia makanan dan minuman terus bertumbuh dengan positif.

Beberapa jenis restoran yang sedang bertumbuh dengan pesat di Indonesia saat ini adalah *café* dan *coffee shop*. Menurut Putri (2021) kafe adalah jenis restoran informal yang menawarkan berbagai macam hidangan panas ataupun sandwich yang dibuat menurut pesanan (*made-to-order sandwiches*). Sedangkan *coffee house* atau kedai kopi merupakan restoran kasual tanpa meja servis yang menekankan pada kopi dan minuman lainnya; biasanya juga menyediakan pilihan yang terbatas untuk makanan dingin seperti *pastries* ataupun *sandwich*.

Hasil riset yang telah dilakukan oleh Toffin pada tahun 2019, menyatakan bahwa salah satu faktor pendorong pertumbuhan bisnis kopi di Indonesia adalah perubahan kebiasaan konsumen yang senang nongkrong sembari meminum kopi. Hal ini dapat dibuktikan melalui tingkat konsumsi kopi yang tinggi oleh masyarakat Indonesia. Menurut USDA (*United States Department of Agriculture*) pada periode tahun 2022 hingga 2023, pada tabel 1, mencatat bahwa Indonesia telah menjadi negara kedelapan di dunia dengan konsumsi kopi terbanyak yaitu sebanyak 4,770 kantong kopi berukuran 60 kg. Selain itu, melalui data tersebut juga dapat dilihat bahwa konsumsi kopi di Indonesia dalam tiga tahun terakhir terus meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa peminat kopi di Indonesia akan terus bertumbuh dari tahun ke tahun.

**TABEL 1**  
Wilayah dan Negara dengan Konsumsi Kopi Terbesar di Dunia  
(Ribu Kantong Berukuran 60 Kg)

<b>Konsumsi Domestik</b>	<b>2018/19</b>	<b>2019/20</b>	<b>2020/21</b>	<b>2021/22</b>	<b>2022/23</b>
Uni Eropa	42,092	40,264	41,286	41,862	41,025
Amerika Serikat	27,162	26,049	25,937	26,723	26,333
Brasil	23,200	22,994	22,280	22,340	22,450
Jepang	7,897	7,610	7,354	7,210	7,148
Filipina	6,125	6,120	6,605	7,190	7,165
Kanada	4,885	4,830	4,995	5,330	5,485
Tiongkok	3,000	3,600	4,200	4,800	4,800
<b>Indonesia</b>	<b>4,300</b>	<b>4,900</b>	<b>4,450</b>	<b>4,750</b>	<b>4,770</b>
Britania	3,875	3,805	2,955	3,985	4,250
Rusia	4,945	4,625	4,165	4,055	4,250

Sumber: United States Department of Agriculture (USDA), 2023

Selain adanya perubahan perilaku konsumen, Toffin juga mengatakan bahwa salah satu pendorong meningkatnya bisnis kopi di Indonesia karena didukung oleh ketersediaan pasokan bahan baku, peralatan, dan sumber daya untuk membangun bisnis kedai kopi. Berdasarkan laporan USDA (*United States Department of Agriculture*) periode tahun 2022 hingga 2023, pada tabel 2, Indonesia telah menduduki peringkat ketiga di dunia sebagai penghasil kopi terbanyak di dunia sebanyak 11,850 kantong kopi berukuran 60 kg. Selain itu, USDA juga mencatat Indonesia sebagai penghasil kopi *robusta* ketiga terbanyak di dunia dengan jumlah 8,400 kantong kopi berukuran 60 kg pada tahun 2023. Dengan adanya jumlah produksi kopi yang tinggi di Indonesia, maka akses masyarakat lokal untuk bahan baku kopi dapat dijangkau dengan sangat mudah.

**TABEL 2**  
Wilayah dan Negara dengan Produksi Kopi Terbesar di Dunia  
(Ribu Kantong Berukuran 60 Kg)

<b>Produksi Kopi</b>	<b>2018/19</b>	<b>2019/20</b>	<b>2020/21</b>	<b>2021/22</b>	<b>2022/23</b>
Brazil	66,500	60,500	69,900	58,100	62,600
Vietnam	31,300	30,400	29,000	31,580	29,750
<b>Indonesia</b>	<b>10,600</b>	<b>10,700</b>	<b>10,700</b>	<b>10,580</b>	<b>11,850</b>
Kolombia	13,870	14,100	13,400	11,800	11,300
Ethiopia	7,350	7,475	7,600	8,150	8,270
Uganda	4,650	5,475	6,630	6,050	6,565
India	5,325	4,967	5,567	5,920	6,250
Honduras	7,100	5,200	6,500	4,800	5,400
Peru	4,390	3,925	3,369	4,200	3,625
Meksiko	3,550	3,700	3,530	3,840	4,089

Sumber: United States Department of Agriculture (USDA), 2023

Dengan adanya faktor pendukung pertumbuhan bisnis kafe dan kedai kopi, maka bisnis ini dapat dengan mudah dijangkau oleh masyarakat Indonesia. Salah satu daerah yang sedang mengalami pertumbuhan bisnis kafe atau kedai kopi di Indonesia adalah Kota Makassar yang terletak di Sulawesi Selatan. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh Thufail et al. (2022), terdapat 628 data kafe dan warung kopi (warkop) di kota Makassar pada tahun 2022.

Dengan berkembangnya bisnis kopi yang cukup pesat, tentunya kebutuhan tenaga kerja untuk profesi barista akan lebih dibutuhkan. Salah satu penentu suksesnya sebuah kafe atau kedai kopi adalah keberadaan barista (Alvarizy & Deliana, 2021). Menurut Lee & Ruck (2022) barista dapat didefinisikan sebagai operator F&B di dalam industri “*third-wave coffee shop*” yang bertanggungjawab atas pembuatan dan penyajian minuman kopi. Berdasarkan definisi diatas, seorang barista tentunya harus memiliki kompetensi atau keterampilan yang mendalam tentang dunia kopi.

Menurut Rosmaini (2019) kompetensi merupakan kemampuan setiap orang dalam bekerja yang mencakup aspek keterampilan, pengetahuan, dan sikap kerja yang sesuai pada standar yang telah ditetapkan. Sehingga kompetensi dapat dikatakan sebagai kombinasi dari keterampilan, pengetahuan, dan perilaku seseorang yang dapat diamati dan diterapkan untuk kesuksesan sebuah organisasi. Standar kompetensi dasar seorang barista telah diatur oleh Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi RI No. 370 tahun 2013 dalam bentuk SKNNI (Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia). Standar kompetensi ini meliputi

cara mengelola bahan baku, mengelola peralatan dan perlengkapan serta cara mengoperasikannya, menangani pelanggan, mengembangkan produk minuman kopi, mengelola area kerja, mengikuti prosedur kesehatan, keselamatan, dan keamanan di tempat kerja, mengatasi situasi konflik, dapat berkomunikasi secara lisan menggunakan Bahasa Inggris pada tingkat operasional dasar (Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia, 2013).

Pengembangan kompetensi seseorang dapat dikembangkan melalui pendidikan. Menurut Sujana (2019) pendidikan memiliki fungsi untuk menghilangkan penderitaan kebodohan dan ketertinggalan yang dialami oleh masyarakat, serta pendidikan nasional yang ada di Indonesia memiliki fungsi untuk mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Bapak Pendidikan Nasional Indonesia, Ki Hajar Dewantara membagi pendidikan menjadi tiga jalur yaitu pendidikan formal, informal, dan nonformal. Menurut (Syaadah et al., 2023), pendidikan formal merupakan pendidikan yang dilaksanakan melalui jalur pendidikan yang ada di sekolah-sekolah. Sedangkan pendidikan nonformal merupakan suatu jalur pendidikan diluar pendidikan formal dan biasanya dilakukan dengan cara terstruktur atau berjenjang. Sedangkan pendidikan informal dilakukan melalui kesadaran dan rasa tanggung jawab dari orang yang bersangkutan dan dilakukan secara mandiri.

Dalam konteks untuk mengembangkan kompetensi menjadi seorang barista, pengembangan kompetensi ini bisa dikembangkan melalui

pendidikan formal atau nonformal. Pendidikan formal dapat berupa sekolah lanjutan seperti universitas ataupun sekolah kejuruan, sedangkan pendidikan nonformal dapat berupa kursus atau bimbingan belajar. Menurut Haerullah dan Elihami (2020) terdapat beberapa perbedaan signifikan antara pendidikan formal dan nonformal. Pendidikan formal memiliki program kurikulum yang tersusun secara terpusat dan seragam, sedangkan nonformal memiliki program kurikulum yang berpusat pada kepentingan peserta didik. Pendidikan formal juga memiliki waktu yang relatif lama sedangkan pendidikan nonformal memiliki jangka waktu yang relatif singkat.

Hingga pada saat ini, ketersediaan pendidikan formal dan nonformal untuk meningkatkan kompetensi barista di Kota Makassar masih tergolong sedikit. Dimana hanya terdapat beberapa institusi pendidikan formal atau pendidikan milik negara yang berpotensi untuk mengembangkan keterampilan dan kompetensi barista. Sedangkan untuk pendidikan nonformal dalam bentuk kursus, hanya terdapat satu tempat kursus yang menyediakan kursus barista.

Melihat adanya peningkatan keinginan konsumen atas dasar kafe dan *coffee shop* di Kota Makassar, tentunya kebutuhan akan barista meningkat. Tetapi di satu sisi, ketersediaan pendidikan untuk mengembangkan kemampuan dan kompetensi seseorang dalam membuat kopi masih tergolong sedikit. Dengan demikian studi kelayakan bisnis ini, ingin menyediakan bisnis yang dapat memberikan pendidikan untuk membentuk dan mengembangkan kompetensi dan minat masyarakat dalam menjadi seorang barista bagi masyarakat di sekitar Kota Makassar.

Labofee Barista merupakan nama bisnis yang akan digunakan untuk bisnis pelatihan barista ini. Labofee Barista merupakan singkatan dari *Laboratory of Coffee for Barista*. Labofee Barista merupakan tempat yang menyediakan pendidikan nonformal dalam bentuk pelatihan dan kursus bagi masyarakat sekitar Kota Makassar yang menginginkan profesi barista. Kehadiran bisnis ini diharapkan dapat menjadi tempat ilmu pengetahuan bagi masyarakat sekitar, serta dapat menciptakan barista-barista yang berkompeten dalam bidang kopi dan dapat bersaing secara nasional maupun internasional.

## **B. Tujuan Studi Kelayakan**

Studi Kelayakan Bisnis (SKB) memiliki tujuan untuk menganalisis dan memastikan bahwa prospek bisnis yang direncanakan apakah layak atau tidak untuk diwujudkan nyatakan di dunia nyata. Hal ini dapat dilihat melalui aspek-aspek yang terkait berdasarkan tujuan dari studi kelayakan bisnis itu sendiri. Tujuan ini dibagi menjadi 2 yaitu:

### 1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

Studi Kelayakan Bisnis memiliki tujuan utama yaitu untuk menganalisa aspek-aspek bisnis yang akan didirikan. Aspek-aspek tersebut meliputi:

#### a. Aspek Pasar dan Pemasaran

- 1) Untuk menganalisis penawaran dan juga permintaan apa yang saat ini sedang diminati oleh pasar, seperti tren pasar, dan juga untuk mengkaji *demand side* pasar yang dikumpulkan melalui



data primer seperti kuesioner dan untuk mengetahui informasi mengenai potensi pada pasar terhadap produk yang ditawarkan.

- 2) Untuk menganalisis segmentasi pasar dan menganalisis target pasar, serta cara memosisikan bisnis dalam pasar.
- 3) Untuk menganalisis bauran pemasaran seperti produk, sumber daya manusia, harga, calon pelanggan, distribusi, pengemasan, pemograman, dan kerja sama.
- 4) Untuk menganalisis kondisi legalitas dan politik negara bagi bisnis dan sebaliknya.
- 5) Untuk menganalisis aspek sosial, ekonomi, lingkungan hidup, dan teknologi terhadap bisnis dan sebaliknya.

b. Aspek Operasional

- 1) Untuk menganalisis aktivitas-aktivitas yang akan dilakukan bagi bisnis dan menganalisis fasilitas apa saja yang dibutuhkan untuk bisnis.
- 2) Untuk menganalisis keterkaitan hubungan fungsional antara aktivitas dan fasilitas yang diperlukan untuk bisnis.
- 3) Untuk menganalisis lokasi bisnis.
- 4) Untuk menganalisis kebutuhan ruang fasilitas dan aktivitas.
- 5) Untuk menganalisis berbagai macam teknologi yang akan digunakan.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

- 1) Untuk menganalisis susunan organisasi dari bisnis yang terdiri dari struktur organisasi, pengelolaan usaha, dan pekerjaan.

- 2) Untuk menjabarkan visi misi dari bisnis dan juga tujuan dari bisnis.
- 3) Untuk menganalisis sumber daya manusia yang akan diimplementasikan seperti seleksi, rekrutmen, pelatihan, orientasi, dan kompensasi.
- 4) Untuk menganalisis penentuan deskripsi pekerjaan (*job description*) dan menganalisis pekerjaan dalam bisnis.

d. Aspek Finansial

- 1) Untuk menganalisis sumber dana yang akan digunakan dalam membangun bisnis.
- 2) Untuk menganalisis asumsi dan perhitungan biaya pendapatan dan biaya yang perlu dikeluarkan untuk membetuk operasional bisnis.
- 3) Untuk menganalisis kebutuhan-kebutuhan bisnis dan sumber dana kebutuhan bagi bisnis tersebut.
- 4) Untuk menentukan kapasitas dari penjualan maupun produksi dalam bisnis, juga untuk mengetahui tingkat penjualan setiap tahunnya.
- 5) Untuk menganalisis dan menghitung proyeksi laba rugi, arus kas, *break-even point*, rasio laporan keuangan, neraca, serta manajemen resiko.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

Sub tujuan dapat menjadi hal yang ingin dicapai melalui terbentuknya bisnis Labofee Barista, sebagai berikut:

- a. Membuka lapangan kerja untuk warga sekitar
- b. Membentuk hubungan dan kemitraan dengan pemasok lokal untuk meningkatkan perekonomian daerah dan negara.
- c. Mendapatkan keuntungan sesuai dengan target pencapaian yang telah ditentukan.
- d. Memberikan penawaran produk dan jasa kepada warga sekitar.
- e. Membayar pajak untuk meningkatkan perekonomian daerah dan negara.

### **C. Metodologi Penelitian**

Agar pelaksanaan Studi Kelayakan Bisnis dapat berjalan dengan lancar, maka dibutuhkan data-data valid dan reliabel. Creswell dan Creswell (2018) mendefinisikan penelitian sebagai proses dalam membuat beberapa klaim dan kemudian menyempurnakan atau meninggalkan beberapa klaim untuk memperkuat klaim yang lainnya. Untuk mendapatkan data yang akurat, studi kelayakan bisnis Labofee Barista akan menggunakan metode penelitian sebagai berikut.

#### **1. Jenis Penelitian**

Cresswell dan Cresswell (2018) membagi metode penelitian menjadi tiga metode yaitu penelitian kuantitatif, penelitian kualitatif, dan penelitian campuran.

##### **a. Penelitian Kuantitatif**

Penelitian kuantitatif merupakan sebuah pendekatan untuk menguji teori yang objektif dengan meneliti hubungan antara variabel. Variabel-variabel ini dapat diukur menggunakan instrumen,

sehingga data yang berbentuk angka dapat dianalisis menggunakan prosedur statistik (Creswell & Creswell, 2018).

b. Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif merupakan sebuah pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok terhadap suatu permasalahan sosial atau manusia. Proses dari penelitian ini melibatkan prosedur dan pertanyaan yang diajukan, dimana datanya diambil dari pengaturan oleh partisipan, analisis data secara induktif yang dibangun dari hal-hal yang bersifat khusus ke topik yang bersifat umum, dan kemudian peneliti akan membuat interpretasi tentang makna dari data yang didapatkan (Creswell & Creswell, 2018).

c. Penelitian Campuran

Penelitian campuran merupakan sebuah pendekatan yang melibatkan dua metode penelitian yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini mengintegrasikan dua bentuk data dan menggunakan dua desain yang berbeda yang memungkinkan untuk melibatkan asumsi filosofis dan kerangka kerja yang teoritis sehingga penelitian yang didapatkan dapat lebih banyak dan lebih mendalam (Creswell & Creswell, 2018).

Studi kelayakan bisnis Labofee Barista akan menggunakan metode penelitian campuran dengan mengumpulkan data baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Pengumpulan data kualitatif akan dilakukan dengan melakukan observasi, *interview*, analisis visual, dan juga studi pustaka

untuk memperoleh data-data pendukung. Sedangkan pengumpulan data kuantitatif akan dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* dalam bentuk Google Form dan mengolah data yang didapatkan untuk mengetahui kondisi pasar, kesesuaian lokasi, dan bauran pemasaran.

## 2. Sumber Data

Saunders et al. (2019) mengatakan bahwa sebagian besar pernyataan penelitian dapat dijawab dengan menggunakan kombinasi dari sumber data primer dan sekunder. Studi kelayakan bisnis Labofee Barista akan menggunakan kombinasi dari sumber data primer dan data sekunder.

### a. Data Primer

Menurut Sekaran & Bougie (2020) data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk tujuan khusus. Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk memperoleh data primer yaitu dengan observasi, wawancara, dan kuesioner. Berikut beberapa metode pengumpulan data primer yang dilakukan untuk studi kelayakan bisnis Labofee Barista:

#### 1) Survei Kuesioner

Kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden menjawab pertanyaan mereka (Sekaran & Bougie, 2020). Penyebaran kuesioner dapat dilakukan melalui media internet atau biasa disebut dengan *internet surveys*. Menurut Borden & Abbot

metode yang sering digunakan dalam menyebarkan kuesioner adalah dengan menyebarkannya melalui internet. Bordens & Abbot juga menjelaskan terdapat keuntungan yang signifikan ketika menggunakan internet untuk menjalankan survei atau mendapatkan peserta, dimana kita bisa menjangkau sejumlah besar peserta potensial dengan relatif mudah. Data dapat dikumpulkan secara cepat dan mudah, yang menghasilkan kumpulan data yang besar (Bordens & Abbot, 2018).

Dalam pengumpulan data untuk studi kelayakan bisnis, Labofee Barista akan menggunakan metode *internet survey* dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* dengan menggunakan *link* untuk menjangkau responden yang banyak dalam satu wilayah yang luas dengan waktu yang relatif singkat.

## 2) Observasi

Menurut Saunder et al. (2019) observasi merupakan sebuah kegiatan dalam mengumpulkan data melalui pengamatan, pencatatan, pendeskripsian, analisis, dan interpretasi secara sistematis terhadap perilaku manusia. Sekaran & Bougie (2020) mengkategorikan empat kunci dimensi yang dapat mengkarakterisasikan tipe dari observasi:

### a) *Controlled vs Uncontrolled Observation*

*Controlled observation* terjadi ketika penelitian observasional dilakukan dalam kondisi yang diatur dengan cermat, sedangkan *uncontrolled observation* merupakan

teknik pengamatan yang tidak mengendalikan, memanipulasi, atau memengaruhi situasi.

b) *Participant vs Non-participant Observation*

*Participant observation* merupakan sebuah pendekatan yang biasanya digunakan dalam studi kasus, studi etnografi, dan studi *grounded theory*, dimana peneliti mengumpulkan data dengan mengikuti keseharian dari suatu grup atau organisasi yang dipelajari. Sedangkan *non-participant observation* merupakan sebuah pendekatan dimana peneliti tidak secara langsung terlibat dalam keseharian objek pengamatan melainkan hanya melakukan pengamatan.

c) *Structured vs Non-participant Observation*

*Structured observation* dilakukan sesuai dengan susunan dan rencana dari tujuan penelitian, sedangkan *non-participant observation* dilakukan tanpa adanya perencanaan dan dilakukan pada objek yang menarik menurut peneliti.

d) *Concealed vs Unconcealed Observation*

*Concealed observation* meneliti subjek yang tidak dipengaruhi oleh kesadaran bahwa mereka sedang diamati. Sedangkan *unconcealed observation* meneliti subjek yang disadari oleh mereka, sehingga terbentuk perbedaan dalam tingkah laku dari aslinya.

Labofee Barista akan menggunakan pengamatan yang tidak terkontrol (*uncontrolled observation*) dimana pengamatan yang dilakukan tidak akan mengubah situasi yang sudah ada. Juga akan menggunakan pengamatan secara *nonparticipant* yang dimana pengamatan yang dilakukan tidak secara langsung mengikuti keseharian dari objek atau subjek yang diamati melainkan hanya melihat dan mengamati secara langsung. Juga menggunakan *structured observation* yang dilakukan sesuai dengan rencana dari penelitian, dan *unconcealed observation* dimana subjek yang diteliti tidak sadar ketika mereka sedang diamati.

### 3) Wawancara

Sekaran & Bougie (Sekaran & Bougie, 2020) mendefinisikan wawancara sebagai percakapan yang dipandu dan memiliki tujuan antara dua orang atau lebih. Terdapat beberapa tipe dari wawancara, seperti wawancara perseorangan atau grup yang mungkin terstruktur atau tidak, dan diadakan secara tatap muka, atau telepon, atau secara *online*. *Unstructured interviews* atau wawancara tidak terstruktur merupakan kegiatan wawancara dimana pewawancara tidak memasuki latar wawancara dengan urutan pertanyaan yang telah direncanakan untuk ditanyakan kepada responden. Sedangkan *structured interviews* diadakan ketika sudah diketahui sejak awal informasi apa yang dibutuhkan.



Wawancara yang dilakukan dalam studi kelayakan bisnis untuk Labofee Barista dilakukan dengan perseorangan dan terstruktur dimana pertanyaan yang ingin diajukan kepada responden sudah disusun untuk memenuhi informasi yang dibutuhkan.

b. Data Sekunder

Saunders et al. (2019) mendefinisikan data sekunder sebagai hasil dari data yang telah dianalisis yang dikumpulkan demi tujuan lainnya yang berupa data mentah maupun rangkuman data yang sudah dipublikasi. Adapun beberapa metode pengumpulan data sekunder yang akan digunakan dalam studi kelayakan bisnis Labofee Barista:

1) Kajian Pustaka

Menurut Sekaran & Bougie (2020) kajian pustaka merupakan pemilihan dari dokumen-dokumen yang tersedia (baik yang dipublikasikan atau tidak) terhadap topik, yang berisikan informasi, ide, data, dan bukti tertulis dari titik tumpu tertentu untuk memenuhi tujuan tertentu atau untuk mengekspresikan pandangan tertentu terhadap natur dari topik dan bagaimana menginvestigasi topik tersebut dan evaluasi efektifitas atas dokumen-dokumen tersebut dalam kaitannya dengan penelitian yang diusulkan.

Labofee Barista akan mencari sumber sekunder dalam rupa buku atau jurnal yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis

untuk membantu mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan studi kelayakan bisnis ini.

## 2) Internet

Menurut Sekaran & Bougie (2020) internet dapat menyediakan berbagai macam informasi yang dibutuhkan dari berbagai belahan dunia melalui *World Wide Web*. Internet dapat menjadi sarana yang sangat murah dan mudah dalam mencari data pendukung. Tetapi internet juga bisa memberikan tantangan yang cukup besar dalam menentukan kegunaan dan keandalan informasi yang didapatkan.

Studi kelayakan bisnis Labofee Barista akan menggunakan internet sebagai sarana dalam mendapatkan informasi tambahan dan juga untuk mendapatkan berbagai data pendukung yang diperlukan. Situs yang akan digunakan tentunya harus dari sumber yang terpercaya seperti data dari Badan Pusat Statistik dan Kemenparekraf.

## 3. Target Populasi

Sekaran & Bougie (2020) mendefinisikan populasi sebagai seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang diinginkan peneliti untuk diselidiki. Dalam penelitian ini, target populasi yang akan diambil adalah masyarakat remaja hingga dewasa yang berdomisili di Kota Makassar dan sekitarnya.

#### 4. Sampel

Sekaran & Bougie (2020) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa pertimbangan dalam pengambilan sampel:

##### a. Jumlah Sampel

Jumlah sampel merupakan seberapa banyak sampel yang akan diambil dari sebuah populasi. Dalam menentukan jumlah sampel, Hair dalam Memon et al. (2017) menentukan rasio dalam pengumpulan sampel adalah 5:1, yaitu lima responden per satu indikator pertanyaan.

##### b. Teknik Sampel

Teknik sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut Saunders et al (2019) *non-probabilty sampling* menyediakan berbagai teknik alternatif dalam pemilihan sampel, yang sebagian besar di antaranya menyertakan unsur penilaian yang objektif. Teknik alternatif dalam pemilihan *non-probability sampling* adalah sebagai berikut:

##### 1) *Quota Sampling*

*Quota sampling* merupakan teknik dalam pengambilan sampel yang sifatnya tidak acak dan teknik ini sering digunakan untuk wawancara terstruktur sebagai bagian dari strategi untuk mensurvei. Hal ini didasarkan pada premis bahwa sampel yang dipilih akan mewakili populasi karena variabilitas dalam sampel

yang dipilih untuk berbagai variabel kuota sama dengan yang terdapat dalam populasi (Saunders et al., 2019).

## 2) *Purposive Sampling*

Dengan menggunakan *purposive sampling*, peneliti perlu menggunakan penilaiannya sendiri dalam memilih kasus-kasus yang paling memungkinkan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan memenuhi tujuan penelitian. Teknik dari pengambilan sampel ini sering digunakan ketika bekerja dengan sampel yang sangat kecil seperti dalam penelitian studi kasus atau dalam memilih kasus yang sangat informatif (Saunders et al., 2019).

## 3) *Volunteer/Snowball Sampling*

*Volunteer sampling* atau biasa disebut dengan *snowball sampling* merupakan teknik sampel yang umumnya digunakan pada ketika memiliki kesulitan dalam mengidentifikasi anggota populasi yang diinginkan. Bentuk dari pengambilan sampel ini adalah bersifat sukarela bagi sampel yang ingin mengambil bagian dalam suatu penelitian (Saunders et al., 2019).

## 4) *Haphazard/Convenience Sampling*

*Haphazard sampling* atau biasa dikenal dengan *convenience sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memfokuskan kepada pengambilan sampel yang tersedia dan mudah untuk didapatkan (Saunders et al., 2019).

Studi kelayakan bisnis Labofee Barista akan menggunakan teknik *convenience sampling* dalam proses pengambilan sampel. Hal ini dikarenakan kuesioner yang akan disebarakan ditujukan kepada responden yang berdomisili di wilayah Kota Makassar dan sekitarnya.

#### 5. Teknik pengujian Data

Dalam melakukan pengujian data, perhitungan nilai *mean* frekuensi akan digunakan untuk meneliti hasil data yang didapatkan melalui responden. Sekaran & Bougie (2020) mendefinisikan *mean* sebagai angka rata-rata dalam mengukur kecenderungan pasar yang didapatkan dari gambaran umum data dengan tidak melihat hasil data satu per satu. Sedangkan skala *likert* memiliki definisi sebagai pengukur data kuantitatif dalam sebuah survei. Pengujian data akan dilihat melalui rata-rata nilai dari skala *likert* yang didapatkan melalui responden untuk mengetahui kelayakan dari Labofee Barista.

### D. Tujuan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

#### 1. Pengertian Pendidikan

Menurut Sajuna (2019) pendidikan merupakan upaya dalam membawa jiwa peserta didik baik secara lahir maupun batin, dari sifat kodratnya kearah peradaban manusiawi yang lebih baik. Pendidikan juga merupakan sebuah proses yang terus berlanjut dan tidak pernah berakhir (*never ending process*), sehingga pendidikan memiliki kemampuan untuk memberikan kualitas yang berkesinambungan, yang

dapat ditujukan kepada perwujudan manusia di masa depan, dan juga berakar pada nilai dan budaya bangsa serta Pancasila.

## 2. Klasifikasi Pendidikan

Bapak Pendidikan Nasional Indonesia, Ki Hajar Dewantara membagi pendidikan menjadi tiga bagian atau biasa dikenal dengan Tri pusat pendidikan:

### a. Pendidikan Formal

Pendidikan formal merupakan pendidikan yang didapatkan dari jalur pendidikan yang ada di sekolah-sekolah. Pendidikan formal memiliki jenjang yang runtut mulai dari pendidikan dasar hingga pendidikan tinggi (Syaadah et al., 2023).

### b. Pendidikan Nonformal

Pendidikan nonformal merupakan pendidikan yang dilakukan di luar pendidikan formal dan biasanya dibentuk secara terstruktur dan berjenjang. Pendidikan nonformal dapat berupa kursus, bimbingan belajar, atau dalam bentuk lainnya. Pendidikan nonformal memiliki fungsi untuk mengembangkan potensi peserta didik dengan menekankan pada penguasaan materi berdasarkan pengetahuan serta untuk mengembangkan diri setiap peserta didik (Syaadah et al., 2023).

### c. Pendidikan Informal

Pendidikan informal merupakan pendidikan yang dilakukan berdasar pada kesadaran serta tanggung jawab dari peserta didik dan biasanya dilakukan secara mandiri (Syaadah et al., 2023).

### 3. Pengertian Kurikulum

Berdasarkan UU Nomor 20 Pasal 1 Butir 19 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Indonesia, mendefinisikan kurikulum sebagai seperangkat perencanaan maupun pengaturan tentang tujuan, isi, dan, bahan pelajaran, serta cara yang dapat digunakan untuk membentuk pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran dalam mencapai tujuan pendidikan tertentu.

### 4. Pengertian Kompetensi

Menurut Rosmaini (2019) kompetensi merupakan kemampuan kerja seseorang yang didasari oleh aspek pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang sesuai dengan standar sudah ditetapkan. Kompetensi seseorang dapat dilihat melalui keterampilan, pengetahuan, dan perilaku seseorang yang diterapkan dalam sebuah organisasi.

### 5. Indikator Kompetensi

Terdapat beberapa aspek dalam menilai sebuah kompetensi yang dijabarkan oleh Gordon dalam Sutrisno (2017), yaitu sebagai berikut:

- a. Pengetahuan (*knowledge*), berupa kesadaran dalam bidang kognitif. Contohnya, karyawan yang mengetahui tentang cara melakukan identifikasi belajar, serta bagaimana melaksanakan pembelajaran sesuai dengan kebutuhan yang ada secara efektif dan efisien dalam sebuah perusahaan.
- b. Pemahaman (*understanding*), berupa kedalaman kognitif serta afektif yang dimiliki oleh seseorang. Contohnya karyawan yang

melakukan pembelajaran, harus memiliki pemahaman yang baik terhadap karakteristik dan kondisi kerja secara efektif dan efisien.

- c. Kemampuan atau keterampilan (*skill*), merupakan sesuatu yang dimiliki oleh seseorang dalam melaksanakan tugas maupun pekerjaan yang diberikan kepadanya. Contohnya, kemampuan karyawan dalam menentukan metode atau cara kerja yang dianggapnya lebih efisien dan efektif.
- d. Nilai (*value*), merupakan standar perilaku seseorang yang telah diyakini dan secara psikologis sudah menyatu dalam diri seseorang. Contohnya, standar perilaku setiap karyawan dalam melakukan tugas (keterbukaan, demokratis, kejujuran, dan lain-lain).
- e. Sikap (*attitude*), merupakan perasaan seseorang (senang atau tidak senang, suka atau tidak suka) atau merupakan reaksi terhadap suatu rangsangan yang datang dari luar. Contohnya, perasaan karyawan terhadap kenaikan gaji, reaksi terhadap krisis ekonomi, dan sebagainya.
- f. Minat (*interest*), menekankan kepada kecenderungan seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan. Contohnya, melakukan sebuah aktivitas atau tugas.

## 6. Pengertian Barista

Barista merupakan sebutan bagi seseorang yang memiliki profesi dalam meracik dan menyajikan minuman kopi kepada pelanggan. Kata barista berasal dari bahasa Italia yaitu “*bartender*” yang memiliki arti sebagai “pelayan bar”. Seorang barista harus dapat memiliki



kemampuan tertentu yang tidak dapat dimiliki oleh orang lain, yaitu kemampuan dalam menciptakan cita rasa atau sensasi dari secangkir kopi. Dengan demikian, barista juga dapat dikatakan sebagai seseorang yang dapat menentukan kenikmatan cita rasa dan artistik kopi dalam setiap penyajian kopi di *coffee shop* (Hutasoit et al., 2018).

## 7. Unit Kompetensi Barista

Kompetensi seorang barista telah diatur oleh Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi RI No. 370 tahun 2013 dalam bentuk SKNNI (Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia), yang dijabarkan sebagai berikut:

### a. Mengelola Bahan Baku

Unit kompetensi yang berhubungan dengan keterampilan, pengetahuan, serta sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengelola bahan baku yang diperlukan dalam kegiatan.

### b. Mengelola Peralatan dan Perlengkapan

Unit kompetensi yang berhubungan dengan keterampilan, pengetahuan, serta sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengelola peralatan maupun perlengkapan yang dibutuhkan dalam kegiatan barista.

### c. Mengelola Area Kerja

Unit kompetensi yang berhubungan dengan keterampilan, pengetahuan, serta sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengelola area kerja barista.

d. Menangani Pelanggan

Unit kompetensi yang berhubungan dengan keterampilan, pengetahuan, serta sikap kerja yang dibutuhkan barista dalam menangani pelanggan.

e. Mengoperasikan Peralatan

Unit kompetensi yang berhubungan dengan keterampilan, pengetahuan, serta sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengoperasikan peralatan saat mengerjakan produk.

f. Memutakhirkan Pengetahuan Tentang Produk Kopi

Unit kompetensi yang berhubungan dengan keterampilan, pengetahuan, serta sikap kerja yang dibutuhkan dalam memutakhirkan produk minuman kopi.

8. Klasifikasi Kopi

Menurut Pudji Rahardjo (2012, p. 10), kopi memiliki beberapa jenis:

a. Kopi Arabika

Merupakan jenis kopi yang memiliki kualitas cita rasa yang tinggi dengan kadar kafein lebih rendah jika dibandingkan dengan jenis kopi lainnya sehingga memiliki harga yang relatif tinggi atau mahal.

b. Kopi Robusta

Merupakan jenis kopi yang memiliki kualitas cita rasa kopi dibawah standar kopi arabika, tetapi memiliki ketahanan terhadap penyakit karat daun. Sehingga, luas areal pertanaman untuk kopi robusta relatif lebih besar daripada pertanaman area kopi arabika.

c. Kopi Liberika

Merupakan jenis kopi yang kurang ekonomis dan komersial, dikarenakan memiliki banyak variasi dalam bentuk maupun ukuran biji serta kualitas cita rasanya. Kopi liberika dapat tumbuh sangat subur pada daerah yang memiliki kelembapan tinggi dan panas.

d. Kopi Ekselsa

Merupakan jenis kopi yang umumnya ditanam dengan tingkat perawatan yang sederhana dan tanpa perlunya dipangkas. Kopi ekselsa dapat tumbuh pada daerah yang panas serta agak kering. Sama seperti kopi liberika, juga merupakan kopi yang kurang ekonomis dan komersial, dikarenakan memiliki variasi dan bentuk yang banyak.

9. Konsep Studi Kelayakan

*Labofee Barista* merupakan sebuah bisnis yang menawarkan pendidikan nonformal dalam bentuk pelatihan atau kursus untuk menjadi seorang *barista*. Pelatihan ini tentunya akan berdasar pada standar kurikulum profesional untuk menjadikan pelajar menjadi *barista* yang berkompeten. Pelatihan ini menawarkan berbagai macam jenis pelatihan seperti mulai dari dasar-dasar pengenalan pembuatan kopi dan espresso, *roasting*, *latte art*, *manual brew*, *coffee cupping*, dan masih banyak pelatihan lainnya. Pelatihan ini dapat dipilih secara terpisah atau dapat tersedia dalam paket yang lengkap dimana pelajar bisa mempelajari secara mendalam semua teknik dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk menjadi *barista* profesional. Agar pelajar bisa

memahami dan menguasai pelatihan yang ditawarkan, *Labofee Barista* tentunya akan dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap mulai dari *espresso machine*, peralatan *manual brew*, hingga *roasting machine*. Selain dari fasilitas, *Labofee Barista* tentunya juga harus menyediakan tenaga kerja yang memadai, seperti pembimbing yang sudah sangat paham mengenai dunia kopi. Hal ini tentunya akan menjamin standar dan juga kualitas pembelajaran yang akan diberikan kepada pelajar.

