

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Gagasan Awal

Indonesia memiliki ribuan destinasi wisata yang menyebabkan pariwisata di Indonesia sangat berkembang dan pariwisata merupakan salah satu hal yang penting dalam kehidupan manusia saat ini (Kompasiana.com, 2018). Menurut Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Dari tahun ke tahun pariwisata terus membawa dampak positif bagi ekonomi Indonesia. Berkembangnya pariwisata di Indonesia menyebabkan pariwisata akan menjadi penghasil devisa terbesar. Pariwisata diproyeksi akan menjadi penyumbang devisa terbesar dalam lima tahun ke depan karena perkembangannya yang signifikan (Menteri Pariwisata Arif Yahya, 2019). Hal ini didukung dengan data yang tercatat dalam katadata.com yang bersumber dari Kementerian Pariwisata setiap tahun dari tahun 2009 sampai tahun 2019 meningkat secara signifikan. Gambar 1 menunjukkan pada tahun 2019 tercatat pendapatan devisa Indonesia dari pariwisata sebesar 17,6 milyar US\$. Dengan meningkatnya pendapatan devisa di Indonesia dalam sektor pariwisata membuat pariwisata di Indonesia akan terus dan selalu berkembang.

**GAMBAR 1**  
Pendapatan Devisa Indonesia dari Sektor Pariwisata (2009-2019E)



Sumber: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata (2018)

Meningkatnya pendapatan devisa pada sektor pariwisata secara signifikan tidak terlepas dari jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan di Indonesia yang mengalami peningkatan setiap tahunnya, seperti yang terlihat dalam Tabel 1 di bawah ini:

**TABEL 1**  
Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara di Indonesia 2015-2018

Tahun	Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (Orang)
2015	256.419.006
2016	264.337.518
2017	270.822.003
2018	303.403.888

Sumber: Badan Pusat Statistik (2019)

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah perjalanan wisatawan nusantara di Indonesia selama tahun 2018 mencapai 303,4 juta perjalanan yang dimana

terjadi peningkatan sebesar 12,37% dibandingkan dengan tahun 2017 yang jumlah perjalanan wisatawan nusantara sebanyak 270 juta perjalanan.

Indonesia memiliki komoditi yang beranekaragam dan melimpah. Salah satunya merupakan biji kopi yang dimana Indonesia merupakan produsen biji kopi terbesar ke-4 di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia (Augesti, 2019). Menurut Panggabean (2019), terdapat 28 provinsi yang merupakan sentra penghasil kopi dan jenis kopi di Indonesia yaitu sebagai berikut:

**TABEL 2**  
Sentra Penghasil Kopi dan Jenis Kopi di Indonesia

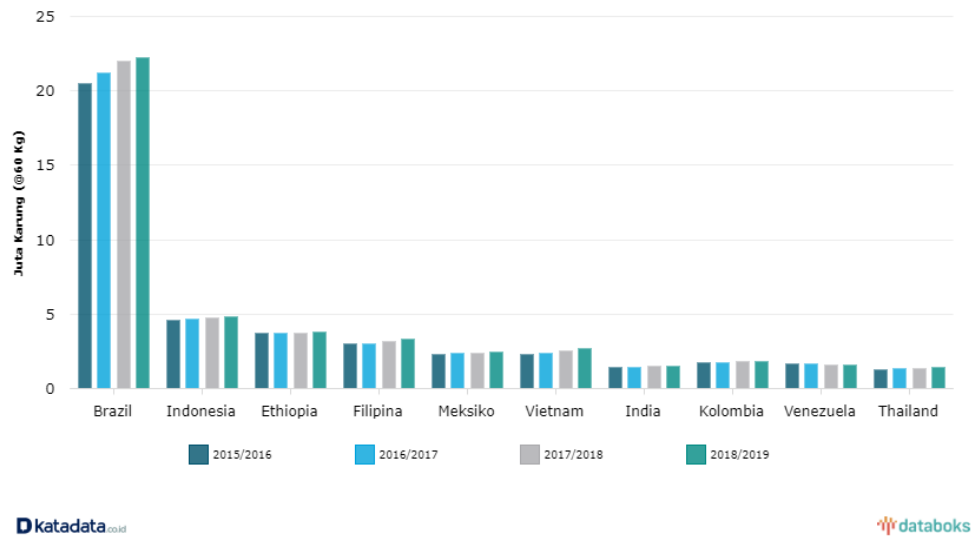
No	Provinsi	Jenis Kopi
1	Nanggroe Aceh Darussalam	Arabika, Robusta
2	Sumatera Utara	Arabika, Robusta
3	Sumatera Barat	Arabika, Robusta
4	Sumatera Selatan	Robusta
5	Bengkulu	Arabika, Robusta
6	Jambi	Arabika, Liberika, Robusta
7	Riau	Robusta, Liberika
8	Lampung	Robusta
9	Bangka Belitung	Robusta
10	Jawa Barat	Arabika, Robusta
11	Jawa Tengah	Arabika, Robusta
12	Jawa Timur	Arabika, Robusta, Liberika
13	Kalimantan Timur	Arabika, Robusta
14	Kalimantan Barat	Robusta
15	Kalimantan Tengah	Robusta
16	Sulawesi Selatan	Arabika, Robusta
17	Sulawesi Barat	Arabika, Robusta
18	Sulawesi Tengah	Arabika, Robusta
19	Sulawesi Tenggara	Arabika, Robusta
20	Sulawesi Utara	Arabika, Robusta
21	Gorontalo	Robusta
22	Bali	Arabika, Robusta
23	Nusa Tenggara Timur	Robusta
24	Nusa Tenggara Barat	Arabika, Robusta
25	Maluku	Robusta
26	Maluku Utara	Robusta
27	Papua Barat	Arabika
28	Papua	Arabika, Robusta

Sumber: Ir. Edy Panggabean (2019)

Berdasarkan data dari Gabungan Eksportir Kopi Indonesia (GAEKI), terdapat beberapa daerah di Indonesia yang menghasilkan kopi spesialti

dunia yaitu, Aceh (Kopi Gayo), Sumatera Utara (Kopi Mandailing dan Lithong), Bengkulu (Kopi Mangkuraja), Jawa Barat (Java Preanger), Jawa Timur (Kopi Java), Sulawesi Selatan (Kopi Toraja, Toarco Toraja Estate, dan Kalosi), Bali (Kopi Kintamani dan *God Mountain*), Nusa Tenggara Timur (Kopi Flores Bajawa), dan Papua (Kopi Lembah Baliem) serta Kopi Luwak.

**GAMBAR 2**  
**Konsumsi Kopi Negara Eksportir (Juta Karung)**  
 Konsumsi Kopi Negara Eksportir (Juta Karung)



Sumber: *International Coffee Organization (ICO)* (2019)

Banyaknya kopi yang dihasilkan Indonesia membuat konsumsi kopi di Indonesia meningkat. Menurut data yang tercatat dalam katadata.com yang bersumber dari *International Coffee Organization (ICO)*, pada periode 2018/2019 konsumsi kopi mencapai 4,6 juta karung. Hal ini membuat Indonesia berada pada urutan ke-2 negara dengan konsumsi kopi terbesar di dunia setelah negara Brazil.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Wishnutama (2019) dalam *Talkshow Online #SatuDalamKopi* bersama Tokopedia menyampaikan

bahwa selain produk kopi menjadi daya tarik bagi semua orang, kopi Indonesia juga sudah dikenal di berbagai belahan dunia. Dengan potensi yang besar ini kopi dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata yang bisa dimaksimalkan. Staf Ahli Bidang Inovasi dan Kreativitas Kemenparekraf, Joshua Puji Mulia Simajuntak (2019) juga menambahkan bahwa kopi tidak hanya menjadi daya tarik wisata tetapi dapat juga membantu dalam sektor ekonomi kreatif. Generasi milenial yang merupakan *entrepreneur* muda yang akan memberikan *value* dengan berbagai inovasi yang dapat dituangkan melalui kopi Indonesia. Tren ini akan menjadi pengaruh yang sangat besar bagi sektor ekonomi kreatif. Menurut hasil survei HonestDocs (2019), sebuah platform informasi kesehatan yang mengadakan survei nasional ke masyarakat Indonesia, peminum kopi terbanyak berasal dari provinsi DKI Jakarta (57%).

Salah satu peluang bisnis yang menjanjikan di masa mendatang adalah membuat salah satu daya tarik wisata yang memiliki konsep wisata edukasi dengan objek yang ditawarkan adalah kopi. Ketua Asosiasi Museum Indonesia, Putu Supadma Rudana (2020) dalam *kompas.com* mengatakan bahwa museum dapat menjadi pusat edukasi dan pendidikan untuk masyarakat karena museum memiliki informasi koleksi yang beragam dari masa lampau. Dalam mempertahankan komoditas kopi di Indonesia agar tetap selalu dikenal masyarakat Indonesia dapat dilakukan dengan mendirikan museum dimana pengunjung akan mendapatkan edukasi yang menarik mengenai kopi khas Indonesia. Menurut Peraturan Pemerintah RI No. 66 Tahun 2015 tentang Museum, museum merupakan

Lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat. Sedangkan museum menurut *International Councils of Museum (ICOM, 2007)*, Museum merupakan suatu lembaga permanen dan non-profit yang melayani kebutuhan masyarakat umum dengan cara melestarikan, meneliti, mengomunikasikan serta memamerkan warisan baik berwujud maupun tidak berwujud untuk tujuan pendidikan dan kesenangan.

Berikut dapat dilihat juga jumlah pertumbuhan kunjungan wisatawan ke museum yang terletak di DKI Jakarta:

**GAMBAR 3**  
Jumlah Pengunjung Museum Menurut Jenis Museum di Provinsi DKI Jakarta 2017-2018

Jenis Museum	Jumlah Pengunjung Museum Menurut Jenis Museum di Provinsi DKI Jakarta, 2017-2018	
	Jumlah Pengunjung (Orang)	
	2017	2018
1. Monumen Nasional	1 866 428	1 944 033
2. Sejarah Jakarta dan Prasasti	798 139	812 265
3. Bahari	35 603	27 034
4. Wayang	381 106	372 648
5. Tekstil	46 902	41 710
6. Seni Rupa dan Keramik	206 495	190 469
7. Joang'45 dan M.H. Thamrin	15 465	18 691
8. Taman Arkeologi Pulau Onrust	70 133	62 133
Jumlah	3 420 271	3 468 983

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Gambar 5 menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan ke beberapa museum yang berada di DKI Jakarta yang mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan di beberapa museum di DKI Jakarta. Pada tahun 2017-2018 Museum Monumen Nasional (Monas) merupakan museum dengan



jumlah pengunjung terbanyak di DKI Jakarta kemudian diikuti oleh Museum Sejarah Jakarta dan Prasasti, Museum Seni Rupa dan Keramik, Museum Arkeologi, Museum Wayang, Museum Bahari, dan Museum Joang'45 dan M.H. Thamrin. Tren pertumbuhan ini dapat menjadi peluang untuk penulis membuka bisnis Museum Kopi Nusantara di DKI Jakarta.

**TABEL 3**  
Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2018-2019

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Penduduk		Laju Pertumbuhan Penduduk (%)	
		2018	2019	2018	2019
1	Kepulauan Seribu	24.130	24.300	1,69	1,79
2	Jakarta Selatan	2.246.140	2.264.700	2.06	1,18
3	Jakarta Timur	2.916.020	2.937.860	0.98	1,09
4	Jakarta Pusat	924.690	928.000	0.29	0,34
5	Jakarta Barat	2.559.360	2.589.930	1.43	1,60
6	Jakarta Utara	1.747.310	1.812.910	1.10	1,22
	<b>DKI Jakarta</b>	<b>10.467.630</b>	<b>10.557.810</b>	<b>1.07</b>	<b>1,19</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Tabel di atas, menunjukkan jumlah penduduk DKI Jakarta setiap tahun nya mengalami peningkatan, baik dari perpindahan penduduk yang masuk ke DKI Jakarta maupun pertumbuhan alami. Jumlah penduduk DKI Jakarta pada tahun 2019 mencapai 10.557.810 jiwa. Terjadi kenaikan jumlah penduduk sebanyak 0,12% dari jumlah penduduk di tahun 2018 yang hanya berjumlah 10.467.630. Pertumbuhan penduduk di DKI Jakarta yang meningkat setiap tahunnya dapat menjadi peluang pasar yang cukup besar untuk dipilih sebagai lokasi bisnis.

Berdasarkan penjabaran di atas, penulis memiliki ide untuk membangun sebuah museum dengan menampilkan keberagaman kopi nusantara dengan tujuan untuk memperkenalkan dan memberikan edukasi mengenai kopi Indonesia ke masyarakat Indonesia khususnya yang berada di sekitar lokasi museum. Di Indonesia, khususnya di Jakarta belum terdapat

museum kopi yang dimana terdapat juga tempat *workshop* pembuatan kopi sehingga hal ini memberikan peluang yang baik bagi penulis untuk mendirikan Museum Kopi Nusantara yang akan menjadi museum kopi pertama di Jakarta. Koleksi utama dari museum ini adalah kopi Aceh (Kopi Gayo), Sumatera Utara (Kopi Mandailing dan Lithong), Bengkulu (Kopi Mangkuraja), Jawa Barat (Java Preanger), Jawa Timur (Kopi Java), Sulawesi Selatan (Kopi Toraja, Toarco Toraja Estate, dan Kalosi), Bali (Kopi Kintamani dan *God Mountain*), Nusa Tenggara Timur (Kopi Flores Bajawa), dan Papua (Kopi Lembah Baliem) serta Kopi Luwak. Setiap tahunnya, Museum ini akan melakukan inovasi melalui penambahan-penambahan jenis koleksi dari kopi yang akan ditampilkan. Museum ini akan memberikan pengalaman yang unik dan menarik karena pengunjung tidak hanya sekedar mengunjungi museum dan mendapatkan berbagai informasi menarik tetapi pengunjung juga dapat melihat langsung contoh tanaman kopi di *greenhouse* dan akan mengikuti *workshop* pembuatan kopi. Konsep ini merupakan yang pertama kali di Jakarta. Selain itu, Museum Kopi Nusantara juga akan menyediakan area *tasting corner* dengan edisi yang berbeda di setiap bulannya (*month edition*) yang dapat membuat pengunjung berkesempatan mencoba rasa jenis-jenis kopi nusantara di Indonesia. Kemudian pengunjung dapat bersantai dan menikmati sajian kopi di *coffee corner*. Museum Kopi Nusantara juga akan menyediakan area *merchandise* yang menjual berbagai macam *souvenir/merchandise* yang bertema kopi Nusantara mulai dari biji kopi, kopi bubuk, *tumbler*, *mug*, gantungan kunci, *tote bag*, *t-shirt* dan lain-lain.



## **B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis**

Dalam menjalankan suatu bisnis, diperlukan tujuan menyusun studi kelayakan bisnis untuk mempermudah dalam menjalankan suatu bisnis kedepannya. Studi kelayakan bisnis ini memiliki dua tujuan, yaitu tujuan utama (*Major Objectives*) dan sub-tujuan (*Minor Objectives*).

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

#### **a. Aspek Pemasaran**

Aspek pemasaran digunakan untuk menganalisis dan mengetahui target pasar yang akan dituju, menentukan segmentasi, dan posisi bisnis dalam pasar, penawaran yang diberikan oleh pesaing, strategi pemasaran (8P) yang akan digunakan dalam bisnis serta melihat kondisi politik, ekonomi, sosial maupun lingkungan dalam target pasar.

#### **b. Aspek Operasional**

Aspek ini berguna untuk menganalisis dan menentukan segala kegiatan, fasilitas, analisis hubungan fungsional, pemilihan lokasi, dan teknologi yang akan digunakan dalam menjalankan sebuah bisnis.

#### **c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia**

Dalam aspek ini akan menganalisis dan membuat pengorganisasian dalam bisnis, perekrutan tenaga kerja, deskripsi pekerjaan, program pelatihan dan pengembangan bagi karyawan, serta aspek yuridis untuk dapat mendukung proses berjalannya bisnis.

d. Aspek Keuangan

Aspek ini menganalisis bagian keuangan untuk mengetahui jumlah dana yang dibutuhkan dan mengetahui sumber dana, membuat *budgeting* biaya operasional, menghitung perkiraan pendapatan serta laporan keuangan, *break-even point*, analisis investasi, dan juga manajemen kemungkinan risiko yang akan terjadi.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

- a. Membuka lapangan pekerjaan untuk menyejahterakan masyarakat Indonesia secara khusus di lokasi sekitar museum yang akan didirikan.
- b. Mendapatkan profit dari bisnis yang dijalankan.
- c. Membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, khususnya dalam bidang Pariwisata.
- d. Meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa kopi merupakan hal menarik untuk diketahui.

**C. Metodologi**

Untuk memperoleh data yang akurat dan dapat mendukung analisis studi kelayakan bisnis Museum Kopi Nusantara dalam menentukan langkah yang tepat pada tahap selanjutnya, diperlukan beberapa jenis teknik perolehan data. Terdapat dua jenis teknik perolehan data berdasarkan jenis data, yaitu:

a) Data primer

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 38), data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui beberapa cara seperti survei, wawancara, dan observasi. Data primer pada analisis studi kelayakan bisnis museum ini diperoleh dengan menggunakan dua metode, yaitu:

a. Metode survei dengan pembuatan kuesioner

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 142), kuesioner merupakan alat pengumpulan data berupa beberapa pertanyaan tertulis tertutup yang disusun untuk dijawab oleh responden yang akan dikumpulkan penulis. Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 143-144), kuesioner dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- 1) *Personally administered questionnaires* merupakan kuesioner yang cara penyebarannya disebarkan secara langsung oleh peneliti kepada responden dan dapat langsung dikumpulkan pada saat yang bersamaan sehingga hanya memerlukan waktu yang relatif singkat.
- 2) *Mail questionnaires* merupakan kuesioner yang disebarkan kepada responden melalui *e-mail*. Metode kuesioner ini kurang efektif karena memerlukan waktu yang relatif lama dan kemungkinan kuesioner tidak dikembalikan oleh responden.
- 3) *Electronic and online questionnaires* merupakan kuesioner yang berbentuk situs (*link*) yang disebarkan kepada responden dengan cara menyebarkan situs melalui *website* atau media sosial. Jenis

kuesioner ini memiliki tingkat efektivitas yang kurang karena peneliti tidak dapat mengetahui apakah responden sesuai dengan target pasar dari studi kelayakan bisnis tersebut.

Dalam studi kelayakan bisnis ini, penyebaran kuesioner dilakukan menggunakan metode *electronic and online questionnaires*. Meskipun tingkat efektivitas dari kedua jenis ini kurang, tetapi dapat digunakan sebagai metode alternatif karena metode ini memungkinkan penulis untuk dapat mengumpulkan data dari responden yang sulit untuk dijangkau. Penulis menyebarkan kuesioner *online* kepada beberapa responden potensial menggunakan *link* kuesioner *Google Form*. Metode ini dapat mempersingkat waktu dan tenaga serta tidak membutuhkan biaya yang besar.

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 235), *sampling* merupakan proses pemilihan individu, benda, atau peristiwa yang tepat sebagai perwakilan untuk seluruh populasi. Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 239), proses *sampling* dibagi menjadi lima tahap, yaitu:

- 1) Menentukan populasi

*Sampling* dimulai dengan menentukan target populasi. Target populasi harus ditentukan berdasarkan elemen, batasan geografis dan waktu. Populasi mengacu pada sekelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki oleh peneliti. Dalam penelitian studi kelayakan bisnis Museum Kopi

Nusantara yang akan menjadi target populasi adalah responden yang setidaknya telah melakukan kunjungan ke museum sebanyak 1 kali dalam sebulan dan memiliki ketertarikan terhadap kopi.

2) Menentukan *sample frame*

*Sampling frame* merupakan sebuah representasi fisik seluruh elemen yang terdapat di dalam sebuah populasi dari sampel yang telah diambil. *Sampling frame* dalam penelitian studi kelayakan bisnis Museum Kopi Nusantara merupakan responden yang berada di kawasan Jabodetabek dan setidaknya telah melakukan kunjungan ke museum sebanyak 1 kali dalam sebulan.

3) Menentukan *sampling design*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 242), *sampling design* dibagi menjadi dua tipe, yaitu:

a) *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan jika respondennya sudah diketahui.

*Probability sampling* dibagi menjadi dua jenis yaitu:

1) *Unrestricted* atau *Simple Random Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 243), *complex probability sampling* merupakan teknik menawarkan alternatif layak, dan kadang-kadang lebih efisien, untuk desain tidak terbatas. Efisiensi ditingkatkan karena lebih banyak informasi yang dapat diperoleh untuk ukuran sampel yang diberikan menggunakan beberapa jenis

teknik pengambilan sampel dalam *complex probability sampling* daripada *simple random sampling*. *Complex probability sampling* dibagi menjadi tiga metode yaitu:

(a) *Systematic sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 243), *systematic sampling* merupakan metode yang dilakukan dengan memilih secara acak elemen dari populasi antara 1 dan  $n$ , dipilih nomor berikutnya dengan jarak yang sama.

(b) *Stratified random sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 244), *stratified random sampling* merupakan metode yang dilakukan dengan memilih sampel dari sub populasi dengan menggunakan *simple random sampling* atau *systematic sampling*.

(c) *Cluster sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 246), *cluster sampling* merupakan metode yang dilakukan dengan mengelompokkan sampel ke dalam unit-unit sampel tetapi karakteristik elemen-elemen kelompok unit homogen.

b) *Nonprobability sampling*

*Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang belum diketahui subjek dalam penelitiannya.



Berikut merupakan jenis *sampling* dalam *nonprobability sampling*, yaitu:

(1) *Convenience Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 247), *convenience sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang merujuk pada kumpulan informasi dari semua anggota dalam populasi yang mudah diakses oleh peneliti.

(2) *Purposive Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 248), *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang terbatas pada tipe orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena hanya orang tersebut yang memilikinya, atau sesuai dengan beberapa kriteria yang ditetapkan oleh peneliti.

Teknik *sampling* yang akan digunakan oleh penulis adalah *convenience sampling* karena informasi dan data dikumpulkan dari anggota populasi yang mudah diakses oleh penulis. Teknik ini juga merupakan salah satu teknik terbaik untuk mendapatkan informasi secara cepat dan efisien.

4) Menentukan *sample size*

Dalam menentukan jumlah responden (ukuran sampel) yang akan mengisi kuesioner untuk studi kelayakan bisnis Museum Kopi Nusantara, peneliti menggunakan teori *multivariate*.

5) Melakukan proses *sampling*

Pada tahap ini, hasil dari kuesioner yang didapatkan akan dianalisis secara lebih mendalam untuk mengetahui apakah data yang sudah terkumpul *valid* dan *reliable*. Menurut Sekaran dan Bougie (2018) terdapat dua metode dalam menganalisis data, yaitu:

a) Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 289), uji reliabilitas merupakan pengukuran seberapa konsisten sebuah kuesioner untuk dapat diandalkan. Uji reliabilitas akan dilakukan menggunakan *Cronbach alpha*. Bila hasil *Cronbach alpha* kurang dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa hasil kuesioner lemah atau tidak baik. Bila hasil *Cronbach alpha* lebih besar sama dengan 0,60 dan lebih kecil dari 0,70, maka dapat disimpulkan bahwa hasil kuesioner cukup. Bila hasil lebih besar sama dengan 0,70, maka dapat disimpulkan bahwa hasil kuesioner baik.

b) Uji Validitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 220), uji validitas merupakan pengujian tingkat keakuratan suatu kuesioner yang dikembangkan untuk mengukur suatu konsep. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan

yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap artinya valid. Suatu item dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung}$  (pada output SPSS bisa dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*) >

$r_{tabel}$ .

Hasil kuesioner studi kelayakan bisnis Museum Kopi Nusantara akan dianalisis menggunakan metode uji realibilitas dan uji validitas.

b. Observasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 127), observasi merupakan sebuah kegiatan lapangan dengan melihat apa yang dilakukan orang lain dan menjelaskan, menganalisis serta menafsirkan apa yang dilihat oleh peneliti. Kegiatan yang meliputi observasi adalah melihat, merekam, menganalisa lokasi, menafsirkan sebuah lokasi, tingkah laku, aksi atau sebuah kegiatan. Observasi akan dilakukan di Jakarta dengan tujuan untuk memperoleh informasi mengenai lokasi bisnis Museum Kopi Nusantara.

c. Wawancara

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 113), wawancara merupakan teknik pengumpulan informasi yang dilakukan pada saat mengeksplorasi tahap-tahap penelitian. Wawancara dilakukan kepada sumber-sumber terkait yang berkepentingan dengan topik dari studi kelayakan bisnis. Terdapat dua jenis wawancara, yaitu:

1) Wawancara terstruktur

Wawancara terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan ketika penulis sudah memiliki daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden baik dengan cara bertemu langsung, via telepon, atau via internet. Pertanyaan yang diajukan cenderung fokus dan relevan dengan masalah yang sedang diteliti.

2) Wawancara tidak terstruktur

Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan ketika peneliti tidak menggunakan sesi wawancara formal yang sudah direncanakan atau mengurutkan pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden.

Penulis akan melakukan wawancara terstruktur ke beberapa museum di Jakarta untuk mendapatkan informasi mengenai museum seperti pengelolaan museum dan manajemen sumber daya manusianya.

b) Data sekunder

Menurut Sekaran dan Bougie (2018, hal. 37), data sekunder merupakan data yang dapat diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh orang lain sehingga dapat langsung menggunakan data tersebut sebagai referensi dalam menyusun studi kelayakan bisnis. Data sekunder yang akan digunakan dalam studi kelayakan bisnis museum ini berasal dari buku teks, artikel, jurnal ilmiah, *website*, serta data statistik yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan sumber resmi lainnya yang mendukung dan terpercaya.

#### **D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait**

##### **1. Definisi Pariwisata**

Menurut Undang-Undang RI No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Menurut *United Nations World Tourism Organizations* (UNWTO), Pariwisata merupakan fenomena sosial, budaya dan ekonomi yang memerlukan perpindahan orang dari negara aslinya atau tempat di luar lingkungan biasanya untuk tujuan pribadi, bisnis, atau tujuan lainnya.

Menurut Cleare (2016, hal. 3), Pariwisata merupakan keterlibatan seseorang dalam pergerakan sementara atau dalam jangka waktu yang pendek ke luar tempat mereka biasanya tinggal.

Menurut Cook, Hsu, dan Taylor (2018, hal. 34), Pariwisata merupakan perpindahan sementara yang dilakukan seseorang ke tujuan di luar tempat kerja atau tempat tinggalnya untuk melakukan aktivitas di tempat tujuan tersebut dengan dukungan berbagai fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan orang tersebut.

## 2. Daya Tarik Wisata

Menurut Undang-Undang RI No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Daya Tarik Wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi tujuan untuk kunjungan wisatawan.

Menurut Cook, Hsu, dan Taylor (2018, hal. 229), atraksi merupakan lokasi alam, objek, atau fasilitas yang dibangun yang memiliki daya tarik khusus bagi wisatawan dan pengunjung lokal.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025, Daya Tarik Wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, serta nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:

### a. Daya Tarik Wisata Alam

Daya Tarik wisata alam merupakan daya tarik wisata yang berupa keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam. Contohnya Taman Laut Bunaken, perairan Laut Kepulauan Seribu, Pantai Pangandaran, dan sebagainya.

### b. Daya Tarik Wisata Budaya

Daya tarik wisata budaya merupakan daya tarik wisata yang berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya.



Contohnya Desa Panglipuran, Museum Nasional, Museum Bahari, dan sebagainya.

c. Daya Tarik Wisata Hasil Buatan Manusia

Daya tarik wisata hasil buatan manusia merupakan daya tarik wisata khusus yang berupa kreasi artifisial (*artificially created*) dan kegiatan-kegiatan manusia lainnya di luar ranah wisata alam dan wisata budaya. Contohnya Taman Impian Jaya Ancol, Kawasan Nusa Dua Resort, Kawasan Rekreasi dan Olahraga Senayan, dan sebagainya.

3. Definisi Museum

Menurut Peraturan Pemerintah RI No.66 Tahun 2015 tentang Museum, Museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat.

Menurut *International Councils of Museum* (ICOM, 2007), Museum merupakan suatu lembaga permanen dan non-profit yang melayani kebutuhan masyarakat umum dengan cara melestarikan, meneliti, mengomunikasikan serta memamerkan warisan baik berwujud maupun tidak berwujud untuk tujuan pendidikan dan kesenangan.

Menurut Walhimer (2015, hal. 3), Museum merupakan sebuah organisasi yang memberikan pelayanan ke masyarakat, terbuka untuk umum, yang mengakuisisi, meneliti, dan memamerkan serta menafsirkan objek dan ide untuk tujuan pendidikan, belajar, dan kesenangan.

#### 4. Jenis Museum

Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No.66 Tahun 2015, Museum terbagi menjadi dua jenis:

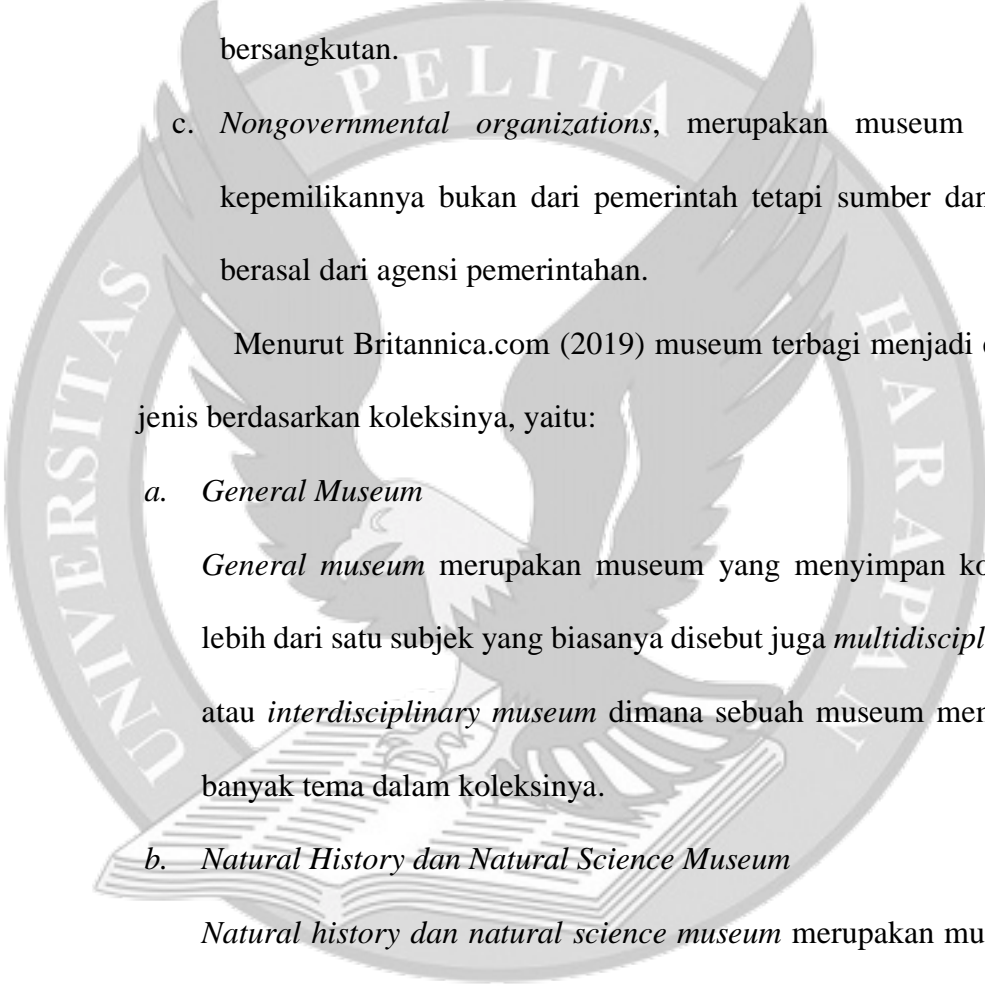
##### a. Museum Umum

Museum Umum merupakan museum yang menginformasikan berbagai cabang seni, peristiwa, disiplin ilmu dan teknologi yang memiliki koleksi berupa kumpulan bukti material manusia dan/atau lingkungannya. Museum umum di Indonesia seperti Museum Nasional, Museum provinsi, dan Museum kabupaten atau kota.

##### b. Museum Khusus

Museum Khusus merupakan museum yang memberikan informasi tentang satu peristiwa, riwayat hidup seseorang, cabang seni, cabang ilmu, atau cabang teknologi yang menampilkan koleksi berupa kumpulan bukti material manusia dan/atau lingkungannya. Museum khusus di Indonesia seperti Museum Kebangkitan Nasional, Museum Panglima Besar Soedirman Yogyakarta, Museum Neka Bali, Museum Basoeki Abdullah Jakarta, Museum Transportasi Taman Mini Indonesia Indah, Museum Geologi Bandung, dan Museum Kepresidenan di Istana Presiden Bogor.

Menurut Walhimer (2015, hal. 23-24) museum berdasarkan kepemilikan dan sumber pendanaan dibagi menjadi tiga jenis antara lain:

- 
- a. *Private, nonprofit organizations*, merupakan museum yang kepemilikannya di bawah swasta dengan sumber dana yang berasal dari dana pribadi.
  - b. *Government-run museums*, merupakan museum yang kepemilikannya di bawah pemerintahan negara setempat dengan sumber dana yang berasal dari pemerintah negara yang bersangkutan.
  - c. *Nongovernmental organizations*, merupakan museum yang kepemilikannya bukan dari pemerintah tetapi sumber dananya berasal dari agensi pemerintahan.

Menurut Britannica.com (2019) museum terbagi menjadi enam jenis berdasarkan koleksinya, yaitu:

- a. *General Museum*

*General museum* merupakan museum yang menyimpan koleksi lebih dari satu subjek yang biasanya disebut juga *multidisciplinary* atau *interdisciplinary museum* dimana sebuah museum memiliki banyak tema dalam koleksinya.

- b. *Natural History dan Natural Science Museum*

*Natural history dan natural science museum* merupakan museum yang fokus menampilkan semua koleksi yang berhubungan dengan alam seperti spesimen burung, mamalia, serangga, batu, mineral, dan fosil.

c. *Science dan technology museum*

*Science dan technology museum* merupakan museum yang berbasis pengembangan dan penelitian ilmiah dalam ilmu sains dan teknologi yang memunculkan konsep teknologi-teknologi baru.

d. *History Museum*

*History museum* merupakan museum yang fokus menampilkan koleksi sejarah yang disusun secara kronologis.

e. *Art Museum*

*Art museum* biasanya disebut juga galeri seni. Museum ini menampilkan koleksi yang berkaitan dengan objek seni seperti lukisan, patung, dan objek lainnya yang berkaitan dengan seni.

f. *Virtual Museum*

*Virtual museum* merupakan museum yang menampilkan kumpulan gambar digital, *file* suara, dokumen teks, dan data yang berisi sejarah, ilmiah, atau budaya lainnya yang dapat dilihat melalui media elektronik atau dengan menggunakan teknologi.

5. Kriteria Pendirian Museum

Di Indonesia, Menurut Peraturan Pemerintah RI No.66 Tahun 2015 kriteria untuk mendirikan sebuah museum adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki visi dan misi.
- b. Memiliki koleksi museum.

Koleksi Museum terdiri dari Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, dan/atau Struktur Cagar Budaya dan/atau Bukan Cagar Budaya yang merupakan bukti material hasil budaya

dan/atau material alam dan lingkungannya yang mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, kebudayaan, teknologi, dan/atau pariwisata.

- c. Memiliki lokasi dan/atau bangunan.
- d. Memiliki sumber daya manusia.
- e. Memiliki sumber pendanaan tetap.
- f. Memiliki nama museum.

Nama museum merupakan nama dari Museum yang didirikan, bukan pemberian nama dengan sebutan Museum nasional, Museum provinsi, dan Museum kabupaten atau kota karena sebutan tersebut merupakan jenis-jenis dari museum.

#### 6. Fungsi Museum

Menurut Peraturan Pemerintah RI No. 66 Tahun 2015 tentang museum antara lain:

- a. Sebagai lembaga yang melaksanakan tugas di bidang pengkajian melalui pengembangan museum.
- b. Sebagai lembaga melaksanakan tugas di bidang pendidikan melalui pemanfaatan museum untuk kepentingan pendidikan.
- c. Dalam memberikan layanan kepada masyarakat harus memberikan rasa kesenangan bagi pengunjung.

#### 7. Acuan Hukum Pendirian Museum di Indonesia

Menurut Peraturan Pemerintah RI No. 66 Tahun 2015 tentang museum, terdapat beberapa acuan hukum dalam mendirikan sebuah museum, antara lain:

- a. Undang-Undang RI No. 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya.
- b. Peraturan Pemerintah RI Nomor 66 Tahun 2015 tentang Museum.
- c. Keputusan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor KM.33/PL.303/MKP/2004 tentang Museum.

#### 8. Definisi *Docents*

Menurut Mancini (2001, hal. 5), *Docents* merupakan seseorang yang bekerja sebagai pemandu yang khusus yang melakukan pemanduan di museum.

#### 9. Sejarah Kopi Indonesia

Kopi pertama kali masuk di Indonesia tidak lepas dari kedatangan Belanda pada tahun 1696 yang membawa kopi Malabar dan India ke Pulau Jawa. Belanda membudidayakan tanaman kopi di Kedawung yang merupakan sebuah perkebunan yang terletak di dekat Batavia. Namun, upaya yang dilakukan Belanda gagal karena tanaman tersebut rusak oleh bencana banjir. Upaya kedua dilakukan pada tahun 1699 dengan mendatangkan stek pohon kopi dari Malabar. Hasilnya sukses besar, kopi yang dihasilkan memiliki kualitas yang sangat baik dan tanaman kopi ini dijadikan bibit untuk seluruh perkebunan kopi yang dikembangkan di Indonesia. Belanda pun memperluas area budidaya kopi ke Sumatera, Sulawesi, Bali, Timur dan pulau-pulau lainnya yang berada di Indonesia.

Pada tahun 1878 hampir seluruh perkebunan kopi jenis arabika yang berada di Indonesia rusak karena terserang penyakit karat daun atau *Hemileia vastarix* (HV). Belanda mengatasinya dengan



mendatangkan kopi berjenis Liberika yang lebih tahan terhadap penyakit karat daun tetapi kopi liberika juga mengalami kerusakan akibat terserang penyakit karat daun atau *Hemileia vastarix* (HV). Pada tahun 1907 Belanda mendatangkan kopi robusta dan jenis kopi ini dapat bertahan hingga saat ini.

Pasca kemerdekaan Indonesia, seluruh perkebunan kopi Belanda dinasionalisasi. Kopi Indonesia saat ini menempati peringkat keempat terbesar di dunia dari segi hasil produksi. Adapun beberapa kopi jenis Arabika di Indonesia yang populer diantaranya, kopi Gayo (Aceh), Mandailing (Sumut), Kintamani (Bali), Mangkuraja (Bengkulu), Jawa dan Kalosi (Toraja). Selain kopi Arabika tersebut, Indonesia juga memiliki kopi yang sangat spesifik dan tergolong mahal yaitu kopi Luwak.

#### 10. Manfaat Kopi

Terdapat beberapa manfaat dari kopi menurut Gunnars (2018), yaitu:

- a. Kopi dapat meningkatkan energi karena kandungan kafein dalam kopi memblok terjadinya *neurotransmitter* yang terhambat di otak yang menyebabkan efek stimulan.
- b. Kopi dapat membantu membakar lemak dan meningkatkan metabolisme tubuh sebanyak 3-11%.
- c. Kafein dalam kopi dapat meningkatkan kinerja fisik dan adrenalin hingga 11-12%.

- d. Mengandung banyak nutrisi penting seperti *riboflavin* (vitamin B2), *panthotenic acid* (vitamin B5), *manganese*, *potassium*, *magnesium*, dan *niacin* (vitamin B3).
- e. Kopi dapat mengurangi risiko penyakit diabetes tipe II, penyakit *Alzheimer* dan *Dementia*.
- f. Mengurangi risiko penyakit *Parkinson*.
- g. Kopi dapat melindungi bagian hati (*Liver*).
- h. Kopi dapat mengurangi risiko kanker dan sumber antioksidan.
- i. Kopi berguna untuk melawan depresi dan risiko *stroke*.

#### 11. Jenis-jenis Kopi

Terdapat lima jenis kelompok kopi menurut Hamdan & Sontani (2018, hal. 1-11), yaitu:

##### 1. Arabika (*Coffee arabica*)

Kopi arabika merupakan jenis kopi yang cocok ditanam di dataran tinggi dengan ketinggian minimum 800 mdpl dengan kisaran suhu 16-20 derajat *celcius*. Apabila ditanam di wilayah dataran rendah (di bawah 600 mdpl), produktivitas kopi arabika tidak maksimum dan rentan terkena penyakit karat daun (HV).

Arabika dianggap sebagai jenis kopi dengan cita rasa terbaik di antara jenis kopi lainnya, sehingga relatif aman bagi penderita asam lambung. Kopi arabika juga mudah menyerap aroma atau bau-bauan di sekitarnya, sehingga banyak penikmat kopi yang merasakan cita rasa aneka buah-buahan atau tanaman lain saat menikmati secangkir kopi arabika. Sesuai dengan karakter tanah,

pH, dan vegetasi yang ada di sekitarnya. Biji kopi jenis ini memiliki aroma yang kuat dengan sedikit cita rasa asam (*acidity*) yang menjadi ciri khasnya.

2. Robusta (*Coffea canephora*)

Kopi robusta memiliki kebalikan dengan arabika, tanaman kopi varietas robusta dapat ditanam di dataran yang lebih rendah, yaitu dengan ketinggian berkisar 400-800 mdpl. Salah satu kelebihan tanaman robusta adalah tahan terhadap penyakit karat daun (HV) yang banyak menyerang tanaman kopi di dataran rendah. Kopi robusta memiliki cita rasa pahit yang kuat dan kadar kafeinnya tinggi. Cita rasa kopi robusta selalu sama di mana pun lokasi penanamannya.

3. Liberika (*Coffea liberica var. liberica*)

Liberika sama seperti jenis tanaman kopi lain, kopi liberika berasal dari Afrika tepatnya dari Liberia, Afrika Barat. Kopi liberika didatangkan ke Indonesia pada abad ke-19 untuk menggantikan kopi arabika yang terserang oleh hama penyakit. Meskipun jenis kopi ini memiliki ukuran buah paling besar, tetapi penyusutannya selama pengolahan sangat tinggi. Akibatnya, bobot buah keringnya sangat sedikit, hanya 10% dari bobot basah. Hal tersebut membuat para petani enggan membudidayakan kopi liberika. Padahal liberika memiliki karakter seperti arabika yang tidak terlalu pahit. Namun, mutu kopi jenis ini secara umum berada di bawah arabika dan robusta.

#### 4. Excelsa (*Coffea liberica* var. *dewevrei*)

Jenis kopi excelsa sangat cocok dibudidayakan di dataran rendah karena tahan terhadap serangan penyakit tanaman kopi. Bahkan, jenis kopi ini mampu hidup di lahan gambut. Kopi excelsa mempunyai cita rasa dan aroma yang kuat serta dominan pahit. Namun, dibandingkan dengan arabika dan robusta, persentase jumlah tanaman kopi excelsa sangat sedikit.

#### 5. Kopi Luwak

Kopi luwak merupakan jenis kopi khas dan unik dari dalam negeri. Kopi luwak bisa berasal dari jenis kopi arabika ataupun robusta. Proses pencernaan biji kopi matang di dalam tubuh luwak menyebabkan perubahan komposisi protein dan asam amino pada biji kopi yang belum disangrai. Awalnya, kopi luwak dikonsumsi oleh para pekerja perkebunan yang dilarang memetik dan mengonsumsi buah kopi pada era kolonial Belanda. Para pekerja yang penasaran dengan cita rasa kopi pun memanfaatkan biji kopi hasil pencernaan luwak yang ditemukan di kebun kopi. Para pekerja mengumpulkannya, kemudian membersihkan dan mengolah biji kopi tersebut menjadi minuman kopi.

#### 12. Jenis Kopi Indonesia Yang Mendunia

Menurut Triharyanto (2020, hal. 13) jenis kopi Indonesia yang mendunia terdiri dari tujuh jenis, yaitu:

a. Kopi Aceh Gayo

Kopi Aceh Gayo merupakan kopi dengan jenis arabika yang banyak tumbuh di dataran tinggi Kabupaten Bener Meriah, Aceh Tengah dan Gayo Lues. Salah satu kopi Aceh yang terkenal adalah kopi Ulee Kareng. Kopi Gayo memiliki rasa yang unik, *bold*, cenderung tajam, dan tidak terlalu pahit. Selain itu, kopi ini memiliki aroma yang wangi dan sangat kuat.

b. Kopi Toraja

Kopi Toraja merupakan kopi yang memiliki dua varian yaitu arabika dan robusta. Kopi ini berasal dari Sulawesi Selatan. Kopi Toraja memiliki sentuhan rasa kayu manis atau kapulaga, cenderung pahit dan *earthy*.

c. Kopi Papua Wamena

Kopi Papua Wamena merupakan kopi dengan jenis arabika yang ditanam di Lembah Baliem pegunungan Jayawijaya dengan ketinggian 2.000 meter di atas permukaan laut (mdpl). Kopi jenis ini memiliki rasa asam yang sedang dan kopi ini juga unik karena terdapat aroma cokelat dan floralnya.

d. Kopi Kintamani Bali

Kopi Kintamani dikenal juga sebagai *origin coffee*. Kopi ini merupakan jenis kopi yang tidak terlalu pahit dan memiliki cita rasa buah karena kopi ini ditanam berdekatan dengan kebun jeruk sehingga memiliki *after taste* segar dan kuat.

e. Kopi Flores Bajawa

Kopi Bajawa dari Flores ditanam di ketinggian 1.000 – 1.550 meter di atas permukaan laut (mdpl) di perkebunan yang berada di Kabupaten Ngada, Flores, Nusa Tenggara Timur (NTT). Kopi Flores memiliki cita rasa *nutty* atau kacang-kacangan serta karamel. Selain itu, teksturnya juga kental dan sedikit asam.

f. Kopi Java Ijen Raung

Kopi Java Ijen Raung merupakan jenis kopi khas Bondowoso. Kopi ini memiliki ciri khas rasa pedas dengan sentuhan floral.

g. Kopi Rangsang Meranti Riau

Kopi Rangsang Meranti Riau merupakan jenis kopi Liberika yang tumbuh di kawasan lahan gambut di Riau. Kopi ini memiliki ciri khas beraroma coklat dan rasa buah nangka.

13. Konsep Bisnis Museum Kopi Nusantara

Berdasarkan penjabaran di atas, penulis akan mendirikan daya tarik wisata hasil buatan manusia yaitu Museum Kopi Nusantara yang berlokasi di Jakarta. Museum kopi ini merupakan jenis museum khusus yang menyimpan dan menyajikan koleksi hanya satu kategori benda koleksi saja yaitu kopi. Museum Kopi Nusantara ini merupakan museum kategori museum swasta yang sumber dananya merupakan sumber dana pribadi. Museum ini memiliki tujuan untuk memberikan pengalaman baru dalam mempelajari berbagai pengetahuan tentang kopi sesuai dengan prinsip-prinsip pendirian museum. Museum ini akan menampilkan koleksi utama dari museum ini yaitu jenis-jenis kopi Aceh



(Kopi Gayo), Sumatera Utara (Kopi Mandailing dan Lithong), Bengkulu (Kopi Mangkuraja), Jawa Barat (Java Preanger), Jawa Timur (Kopi Java), Sulawesi Selatan (Kopi Toraja, Toarco Toraja Estate, dan Kalosi), Bali (Kopi Kintamani dan *God Mountain*), Nusa Tenggara Timur (Kopi Flores Bajawa), dan Papua (Kopi Lembah Baliem) serta Kopi Luwak dalam bentuk *display* dari kopi dan alatnya serta dalam bentuk video.

Museum kopi ini akan memberikan pengalaman yang unik bagi pengunjung karena museum ini merupakan jenis museum yang pertama di Indonesia yang memiliki *greenhouse* dan kegiatan *workshop* sebagai edukasi untuk pengunjung. Pengunjung dapat melihat koleksi-koleksi di museum ini sambil mendapatkan informasi yang dapat memperluas pengetahuan tentang kopi yang menarik. Koleksi-koleksi dari museum ini berupa diorama, lukisan dan mural tentang kopi, alat-alat yang digunakan untuk membudidayakan kopi.

Museum kopi ini memiliki bangunan yang interiornya di desain sedemikian rupa dengan konsep natural dengan elemen-elemen kayu dan ornamen-ornamen kopi. Museum kopi ini terdiri dari ruangan *exhibition* I yaitu sejarah kopi Nusantara yang menampilkan sejarah kopi nusantara melalui video maupun koleksi berupa lukisan dan diorama, ruangan *exhibition* II menampilkan jenis-jenis kopi di Indonesia berupa koleksi biji kopi dan dalam bentuk lukisan, ruangan *exhibition* III menampilkan alat-alat yang digunakan untuk proses *roasting* dan ekstraksi kopi, ruangan *exhibition* IV menampilkan proses

pembuatan kopi mulai pada saat pertama kali ditanam sampai kopi di panen, menampilkan alat-alat yang digunakan untuk proses *roasting* dan ekstraksi kopi, *greenhouse*, ruangan *tasting corner* dimana pengunjung dapat mencoba jenis kopi Nusantara (*month edition*), ruangan *workshop* dimana pengunjung dapat belajar untuk mengolah kopi dengan baik, *souvenir shop*, dan *coffee corner* yang disertai auditorium. Setiap ruangan *exhibition* dilengkapi dengan beberapa spot foto sehingga pengunjung dapat leluasa untuk berfoto.

Museum Kopi Nusantara menyediakan jasa *docents* (pemandu museum) yang menguasai informasi lengkap dan terpercaya mengenai Museum Kopi Nusantara. Selain itu, museum ini menyediakan *coffee corner* dimana pengunjung dapat menikmati kopi sambil duduk bersantai di area tersebut. Museum Kopi Nusantara juga memiliki *souvenir shop* yang menjual berbagai macam suvenir bertema kopi, seperti gantungan kunci, kopi bubuk, biji kopi, *tumbler*, *mug*, dan lain-lain. Museum Kopi Nusantara akan beroperasi sesuai dengan protokol kesehatan dan keamanan yang telah ditetapkan karena keamanan dan kenyamanan pengunjung adalah prioritas dari museum ini. Upaya ini dilakukan dengan cara mengecek suhu setiap pengunjung yang masuk ke lokasi museum, pengunjung harus menggunakan masker pada saat masuk lokasi museum, menyediakan *hand sanitizer* di berbagai sudut ruangan di museum, membersihkan lokasi museum secara berkala menggunakan *disinfectant*, serta menghimbau pengunjung untuk selalu jaga jarak.