

Efisiensi Usaha Kedai Kopi di Kabupaten Manokwari (Perbandingan 3 Skala Usaha: RPM Coffee, Vet Coffee dan Garasi Ipok)

Mardi Hartadiyanto, Elina Relawaty Situmorang*, Rumas Alma Yap
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Papua

Article History

Received: May 27, 2022

Accepted: June 30, 2022

*Corresponding Author:

Email:

elintobing@gmail.com

Abstract

The development of the coffee shop business in Manokwari Regency can be seen from the growing number of coffee shops, it is important to examine the level of profit of the coffee shop business on a business scale, and the efficiency of the coffee shop business. The research method used is descriptive on 3 coffee shop business scales, namely large, medium, and small scale. The results showed that the profit level of large scale businesses was greater than that of medium and small scale. Meanwhile, business efficiency is relatively the same between business scales.

Keywords: *Profit; Business scale; Efficiency of the coffee shop business; Kabupaten Manokwari*

Abstrak

Perkembangan usaha kedai kopi di Kabupaten Manokwari dapat dilihat dari berkembangnya jumlah kedai kopi, hal ini penting diteliti tingkat keuntungan usaha kedai kopi pada skala usaha, dan efisiensi usaha kedai kopi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif pada 3 skala usaha kedai kopi yaitu skala Besar, sedang, dan kecil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat keuntungan skala usaha besar lebih besar dibandingkan dengan skala sedang dan kecil. Sementara itu efisiensi usaha relatif sama antara skala usaha.

Kata kunci: *Keuntungan, Skala usaha; Efisiensi usaha kedai kopi; Kabupaten Manokwari*

PENDAHULUAN

Perekonomian dunia era globalisasi semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi dan informasi, hal ini menyebabkan tingkat kesibukan dan aktivitas masyarakat semakin meningkat. Kondisi tersebut juga mengakibatkan terjadinya perubahan pada pola hidup masyarakat, dimana salah satu adalah perubahan dalam mengkonsumsi minuman, masyarakat global kini cenderung memilih minuman *instant* yang tergolong jumlahnya cukup tinggi di dunia. Salah satu produk minuman yang umum dan cukup disukai oleh masyarakat dunia yaitu kopi.

Kopi merupakan komoditas tropis utama yang diperdagangkan di seluruh dunia dengan kontribusi setengah dari total ekspor komoditas tropis. Popularitas dan daya tarik dunia

terhadap kopi, utamanya dikarenakan rasanya yang unik serta didukung oleh faktor sejarah, tradisi, sosial dan kepentingan ekonomi (Ayelign *et al*, 2013). Selain itu, kopi adalah salah satu sumber alami kafein zat yang dapat menyebabkan peningkatan kewaspadaan dan mengurangi kelelahan (Smith, 2002). Minuman kopi, minuman dengan bahan dasar ekstrak biji kopi, dikonsumsi sekitar 2,25 miliar gelas setiap hari diseluruh dunia (Ponte, 2002). Pada tahun 2013, International Coffee Organization (ICO) memperkirakan bahwa kebutuhan bubuk kopi dunia sekitar 8,77 juta ton (ICO, 2015).

Kopi di Indonesia pertama kali dibawa oleh pria berkebangsaan Belanda sekitar tahun 1646 yang mendapatkan biji arabika mocca dari Arab (Prastowo *et al*, 2010). Kopi di Indonesia juara terutama di negara-negara yang sudah langganan mengimpor kopi. Kopi Indonesia, konon, menempati peringkat keempat terbesar di dunia dari segi hasil produksi. Di Indonesia kopi memiliki sejarah panjang dan memiliki peranan penting bagi pertumbuhan ekonomi.

Pasar kopi di Indonesia sangat besar dan jumlah peminum kopi di Indonesia sangat besar. Permintaan kopi tahun 2016-2020 diperoleh dengan mengalikan proyeksi konsumsi langsung kopi rumah tangga dengan proyeksi jumlah penduduk Indonesia tahun 2016-2020. Proyeksi jumlah penduduk Indonesia tahun 2016-2020 diperoleh dari BPS.

Tabel 1.
Hasil Proyeksi Konsumsi Kopi di Indonesia, Tahun 2016-2020

Tahun	Konsumsi Kg/kap/thn	Jumlah penduduk (000 orang)	Konsumsi Nasional (ton)	Pertumbuhan %
2016	1.168	258.705	302.176	
2017	1.162	261.891	304.231	0,68
2018	1.155	265.015	306.183	0,64
2019	1.149	267.974	307.915	0,57
2020	1.143	271.066	309.771	0,60
Rata – rata Pertumbuhan				2,49

Sumber : Pusat Data Dan Sistem Pertanian

Proyeksi konsumsi kopi tahun 2016-2020 disajikan pada Tabel 1.2. Dari tabel tersebut terlihat bahwa konsumsi langsung rumah tangga untuk kopi diperkirakan akan meningkat di tahun 2016, namun selanjutnya mengalami penurunan hingga tahun 2020.

Meningkatnya jumlah konsumen kopi baik dari kalangan remaja maupun orang tua di Indonesia menyebabkan peluang bisnis kedai kopi semakin meningkat. Tak terkecuali perkembangan usaha kedai kopi di provinsi Papua Barat khususnya di Kabupaten Manokwari yang kini juga berkembang cukup pesat.

Kedai kopi merupakan usaha yang bergerak dibidang minuman dan makanan yang berbahan dasar kopi, minuman tanpa kopi dan makanan kecil atau biasa di sebut cemilan.

Usaha kedai kopi ini telah menjadi peluang bisnis yang menjanjikan, dengan jumlah permintaan produk kopi dan non kopi cukup tinggi dipasar. Untuk mencapai target sasaran pasar maka sangat penting untuk mengukur manajemen dalam efisiensi biaya dan efektivitas dalam memperoleh pangsa pasar (*market segment*) yang menguntungkan.

Dari hasil survai terdapat 35 kedai kopi di Kabupaten Manokwari. Banyak pelaku usaha yang memanfaatkan peluang besar yang ada di Kabupaten Manokwari. Hal ini juga mengakibatkan persaingan kedai kopi di Kabupaten Manokwari meningkat. Sehingga masing-masing pelaku usaha kedai kopi harus mempunyai ciri khas dan keunikan tersendiri agar dapat lebih unggul dari usaha kedai kopi lain yang menawarkan produk sejenis dan tentunya menarik perhatian konsumen. Dalam persaingan yang pesat ini, keberhasilan perusahaan banyak ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan individu dalam usahanya atau menggunakan barang dan jasa sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian.

Para pelaku usaha harus terus meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan memperhatikan faktor-faktor yang membedakan atau keunikan yang dimiliki oleh perusahaannya dibandingkan dengan perusahaan lain untuk dapat memberikan rasa ketertarikan pada konsumen. Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba optimal sesuai dengan kemampuan perusahaan. Perkembangan usaha kedai kopi seperti diuraikan diatas dikelola dalam berbagai skala usaha, menimbulkan masalah apakah usaha kedai kopi memang merupakan usaha yang menguntungkan? Sangat penting dilakukan analisis bagaimana tingkat keuntungan skala usaha kedai kopi di Manokwari dan bagaimana efisiensi kedai kopi pada skala usaha tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat keuntungan usaha kedai kopi pada skala usaha dan menganalisis efisiensi usaha kedai kopi di Kabupaten Manokwari. Sementara itu hasil penelitian ini bermanfaat bagi pengelola usaha kopi tersebut terutama efisiensi skala usaha mereka. Di samping itu hasil penelitian ini sebagai dasar penetapan skala usaha bagi mereka yang ingin membuka usaha kedai kopi.

LANDASAN TEORI

Teori Produksi

Pengertian produksi lainnya yaitu hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Dengan pengertian ini dapat dipahami bahwa kegiatan produksi diartikan sebagai aktivitas dalam menghasilkan output dengan menggunakan teknik produksi tertentu untuk mengolah atau memproses input sedemikian rupa (Sukirno, 2002:193).

Elemen input dan output merupakan elemen yang paling banyak mendapatkan perhatian dalam pembahasan teori produksi. Dalam teori produksi, elemen input masih dapat diuraikan berdasarkan jenis ataupun karakteristik input (Gaspersz, 1996:170-171). Secara umum input dalam sistem produksi terdiri atas: 1. Tenaga Kerja (**Labor**), 2. Modal, 3. Bahan-bahan Material atau bahan baku, 4. Sumber Energi, 5. Tanah dan Bangunan, 6. Jaringan Informasi, dan 7. Aspek manajerial atau kemampuan kewirausahaan.

Tenaga kerja (*labor*), Operasi sistem produksi membutuhkan intervensi manusia dan orang-orang yang terlibat dalam proses produksi dianggap sebagai input tenaga kerja (*labor*). Modal, Operasi sistem produksi membutuhkan modal. Dalam ekonomi manajerial, berbagai macam fasilitas peralatan, mesin-mesin produksi, bangunan pabrik, gudang, dll, dianggap sebagai modal. Biasanya dalam periode jangka pendek, modal diklasifikasikan sebagai input tetap. Bahan-bahan material atau bahan baku, Agar sistem produksi dapat menghasilkan produk manufaktur, maka diperlukan material atau bahan baku. Dalam ekonomi manajerial, material diklasifikasikan sebagai input variabel.

Sumber energy, Mesin-mesin produksi dan aktivitas pabrik lainnya membutuhkan energi untuk menjalankan aktivitas itu. Dalam ekonomi manajerial, berbagai macam bahan bakar, minyak pelumas, tenaga listrik, air untuk keperluan pabrik, dll, dianggap sebagai input energi. Input energi dapat diklasifikasikan sebagai input tetap atau input variabel tergantung pada apakah penggunaan energi itu tergantung atau tidak tergantung pada kuantitas produksi yang dihasilkan. Namun, pada umumnya dalam jangka pendek penggunaan energi diklasifikasikan sebagai input tetap, meskipun dalam sistem industri modern telah mulai mempermasalahkan hal ini.

Tanah, Sistem produksi manufaktur membutuhkan lokasi (ruang) untuk mendirikan pabrik, gudang, dll. Dalam sistem industri manufaktur atau jasa lainnya, input tanah diklasifikasikan sebagai input tetap. Namun, dalam sistem produksi pertanian, input tanah biasanya diklasifikasikan sebagai input variabel. Jaringan Informasi, dDalam industri modern, informasi telah dipandang sebagai input. Berbagai macam informasi tentang: kebutuhan atau keinginan konsumen, kuantitas permintaan pasar, harga produk di pasar, perilaku persaing di pasar, peraturan ekspor-impor, kebijaksanaan pemerintah, dll, dianggap sebagai input informasi. Dalam ekonomi manajerial, input informasi diklasifikasikan sebagai input tetap.

Sistem industri modern yang berada dalam lingkungan pasar global yang amat sangat kompetitif membutuhkan: supervise, perencanaan, pengendalian, koordinasi, dan kepemimpinan yang efektif untuk meningkatkan performansi sistem itu secara terus-menerus. Dalam ekonomi manajerial, berbagai pengetahuan manajemen industri modern dianggap sebagai input entrepreneurial, yang diklasifikasikan sebagai input tetap.

Konsep Biaya

Biaya merupakan sebuah elemen yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas perusahaan. Biaya didefinisikan sebagai suatu sumber daya yang dikorbankan (*sacrified*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu (Horngren, dkk, 2008). Menurut Bustami dan Nurlela (2006), biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Sementara menurut Kuswadi (2005), biaya adalah semua pengeluaran untuk mendapatkan barang atau jasa dari pihak ketiga, baik yang berkaitan dengan usaha pokok perusahaan maupun tidak. Biaya diukur dalam unit moneter dan digunakan untuk menghitung harga pokok produk yang diproduksi perusahaan.

Berdasarkan metode pembebanan biayanya, Kuswadi (2005) mengklasifikasikan jenis-jenis biaya ke dalam biaya langsung dan biaya tidak langsung, yaitu: a. Biaya Langsung (*direct cost*), dan b. Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*). Biaya Langsung (*direct cost*) adalah biaya yang langsung dibebankan pada objek atau produk, misalnya bahan baku langsung, upah tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi, biaya iklan, ongkos angkut, dan sebagainya. Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang sulit atau tidak dapat dibebankan secara langsung dengan unit produksi, misalnya gaji pimpinan, gaji mandor, biaya iklan untuk lebih dari satu macam produk, dan sebagainya. Biaya tidak langsung disebut juga biaya overhead.

Carter, Usry (2004) mendefinisikan biaya berdasarkan pola perlakunya sebagai berikut: a. Biaya Tetap (*fixed cost*), b. Biaya Variabel (*variable cost*), dan c. Biaya Semivariabel. Biaya Tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang secara total tidak berubah saat aktivitas bisnis meningkat atau menurun. Biaya tetap bernilai tetap dalam rentang aktivitas yang relevan (*relevant range*), di luar rentang aktivitas ini biaya tetap dapat berubah nilainya. Contoh biaya tetap antara lain beban penyusutan peralatan pembuatan kopi, beban sewa tempat, dan beban asuransi.

Biaya Variabel (*variable cost*) adalah biaya yang secara total meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas perusahaan. Contoh biaya variabel antara lain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead. Sementara itu Biaya Semivariabel adalah biaya yang memperlihatkan baik karakteristik biaya tetap maupun biaya variabel. Alasan pengklasifikasian biaya ke dalam biaya semivariabel antara lain karena adanya pengaturan minimum yang diperlukan untuk memelihara kesiapan operasi perusahaan, atau berdasarkan objek pengeluaran dikelompokkan ke biaya tetap dan variabel secara bersama-sama.

Konsep Keutungan

Keuntungan adalah selisih antara penerimaan dengan biaya sehingga keuntungan tergantung pada besarnya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan atau seseorang (Arsyad 1996:23). Pemilik usaha menjalankan kegiatan usahanya untuk mencari keuntungan yang maksimum, dan keuntungan maksimum hanya didapat apabila pemilik usaha membuat pilihan tepat terhadap jenis barang atau jasa yang dijualnya (Dirlanudin, 2008).

Pendapatan merupakan jumlah barang dan jasa yang memenuhi tingkat hidup masyarakat, dimana dengan adanya pendapatan yang dimiliki oleh setiap jiwa disebut dengan pendapatan perkapita dimana pendapatan perkapita menjadi tolok ukur kemajuan atau perkembangan ekonomi (Sumitro Joyohadikusumo 1957). Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan – kegiatan yang akan dilakukan.

Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (Samuelson dan Nordhaus, 2013) Ada definisi lain mengenai pendapatan yaitu pendapatan dikatakan sebagai jumlah penghasilan yang diperoleh dari hasil pekerjaan dan biasanya pendapatan seseorang dihitung setiap tahun atau setiap bulan. Menurut Sukirno (2002), pendapatan dapat dihitung melalui tiga cara yaitu: 1. Cara pengeluaran, cara ini pendapatan dihitung dengan menjumlahkan nilai pengeluaran / perbelanjaan ke atas barang – barang dan jasa. 2. Cara produksi, cara ini pendapatan dihitung dengan menjumlahkan nilai barang dan jasa yang dihasilkan. 3. Cara pendapatan, dalam perhitungan ini pendapatan diperoleh dengan cara menjumlahkan seluruh pendapatan yang diterima.

Konsep Efisiensi Usaha

Efisiensi ekonomi dinyatakan bila sumber daya yang digunakan sebaik mungkin untuk memaksimumkan tujuan tertentu. Produktivitas berkenaan dengan kegiatan memproduksi output dengan efisien dan secara khusus merujuk ke relasi antara output dan input yang digunakan untuk memproduksi output. Total efisiensi produktif adalah suatu titik dimana dua kondisi dipenuhi untuk setiap campuran input yang akan memproduksi output tertentu, tidak diperlukan input berlebih dari yang dibutuhkan untuk menghasilkan output tersebut.⁵ Untuk mencapai efisiensi produktif, biaya produksi perusahaan-perusahaan dalam pasar mestilah mencapai biaya produksi yang paling minimum.

Kinerja efisiensi diukur dengan membandingkan antara output yang dihasilkan dengan input yang dipergunakan. Pada kinerja operasional, lazimnya output untuk proses produksi diukur dalam satuan unit produksi. Satuan ukuran sangat tergantung pada aktifitas yang diukur. Ukuran aktifitas penerimaan misalnya dapat diukur dengan banyaknya jumlah penerimaan. Tujuan pengukurannya adalah untuk meningkatkan produktifitas aktifitas penerimaan. Hal ini dapat dicapai misalnya dengan mengurangi jumlah penerimaan barang untuk jumlah pembelian yang lebih banyak.

Efisiensi merupakan hasil perbandingan antara output fisik dan input fisik. Semakin tinggi rasio output terhadap input maka semakin tinggi tingkat efisiensi yang dicapai. Efisiensi juga dapat dijelaskan sebagai pencapaian output maksimum dari penggunaan sumber daya tertentu. Jika output yang dihasilkan lebih besar daripada sumber daya yang digunakan maka semakin tinggi pula efisiensi yang dicapai.⁹ Rasio efisiensi tidak dinyatakan dalam bentuk absolute tetapi dalam bentuk relative.

Efisiensi membandingkan antara keluaran dan masukan, maka perbaikan efisiensi dapat dilakukan dengan cara: 1) Meningkatkan output pada tingkat input yang sama 2) Meningkatkan output dalam proporsi yang lebih besar daripada proporsi peningkatan input 3) Menurunkan input pada tingkat output yang sama 4) Menurunkan input dalam proporsi yang lebih besar daripada proporsi penurunan output.¹⁰ Perusahaan yang ingin berkembang atau paling tidak bertahan hidup harus mampu menghasilkan produksi yang tinggi dengan kualitas yang baik. Hasil produksi yang tinggi akan tercapai apabila perusahaan memiliki efisiensi produksiyang tinggi. Akan tetapi, untuk mencapai efisiensi yang tinggi juga tidak mudah, karena banyak faktor yang mempengaruhinya, baik faktor internal ataupun faktor eksternal.

Faktor-faktor tersebut antara lain tenaga kerja, mesin, metode produksi, pasar, dan bahan baku.

Definisi wirausaha

Kewirausahaan adalah ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreatifitas serta berani menanggung resiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Keberanian mengambil resiko sudah menjadi milik seorang wirausahawan dituntut untuk berani dan siap jika usaha yang dilakukan tersebut belum memiliki nilai perhatian di pasar, dan ini harus dilihat sebagai bentuk proses menuju kewirausahaan sejati.

Menurut Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarbrough “Wirausahawan adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya”. Peter Drucker berkata bahwa wirausaha tidak mencari resiko, mereka mencari peluang.

Seorang wirausahawan menghargai proses adalah cenderung memiliki kesabaran, dan sejati memiliki kesabaran dalam menjalani setiap proses menuju keberhasilan tersebut. Sehingga jika ada pendapat bahwa kegagalan adalah awal dari kesuksesan maka kata-kata ini dipegang teguh oleh wirausahawan. Tanpa ada kegagalan sulit bagi seseorang mengetahui dimana kelemahan yang ia miliki. Kadang kala kita perlu belajar dari kesalahan, dan manusia diajarkan untuk tidak mengulangi kesalahan yang sama di kemudian hari, karena jika ia mengulangi kesalahan yang sama dikemudian hari maka artinya ia tidak belajar dari pengalaman atau menyia-nyiakan pengalaman.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kabupaten Manokwari, pada 3 usaha kedai kopi yang ada yang mewakili 3 skala usaha yaitu RPM Coffee untuk skala besar, Vet Coffee untuk skala sedang, dan Garasi Ipok untuk skala kecil. Waktu penelitian dilakukan selama 2 bulan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari wawancara dengan pimpinan perusahaan, staf keuangan dan staf lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Subjek penelitian yang diteliti adalah usaha kedai kopi di Kabupaten Manokwari dan Objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu sesuatu yang merupakan inti dari

problematika penelitian (Suharsimi Arikunto 2005:29). Objek penelitian yang diteliti oleh penulis adalah tingkat keuntungan dan efisiensi usaha kedai kopi pada 3 kedai kopi terpilih berdasarkan 3 skala usaha yaitu RPM Coffee, Vet Coffee Dan Garasi Ipok.

Definisi operasional adalah konstrak atau sifat yang akan di pelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur (Sugiyono 2014). Berikut adalah definisi operasional dari penelitian ini:

1. Tingkat keuntungan yaitu menghitung keuntungan usaha 3 kedai kopi terpilih yang dihitung dari Penerimaan – Biaya yang dikeluarkan, satuan Rupiah setiap bulannya
2. Penerimaan yaitu jumlah gelas kopi seluruh jenis kopi yang terjual dikalikan masing-masing harga kopi per jenis dalam rupiah setiap bulannya.
3. Biaya yang dikeluarkan, yaitu bagian kekayaan yang dgunakan untuk membeli dan membayar kelangsungan kedai kopi dalam sebulan dengan satuan Rupiah. Pembelian dan pembayaran tersebut yaitu membeli bahan baku kopi, gula dan bahan tambahan dalam jenis kopi yang disajikan, membayar penyusutan alat-alat yang digunakan, dan membayar upah kerja yang bekerja di kedai kopi.

Efisiensi usaha dapat dihitung dengan menghitung rasio keuntungan terhadap biaya yang dikelarkan dalam satu periode tertentu

$$Ef = \text{Keuntungan (Rp)}/\text{Biaya (Rp)}$$

Teknik pengumpulan data digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai tingkat keuntungan dan efisiensi usaha kedai kopi.dilakukan dengan cara:

1. Penelitian Lapangan, yaitu kegiatan mengumpulkan data melalui kunjungan ke kedai kopi serta wawancara dengan pimpinan dan staf kedai kopi.
2. Penelitian Kepustakaan, yaitu dengan mempelajari literatur-literatur dan catatan-catatan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas guna memperoleh dasar teoritis yang akan digunakan dalam pembahasan penelitian ini.

Analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif kuantitatif. Metode ini berusaha menganalisa suatu pokok permasalahan yang nantinya akan

memberikan suatu gambaran dan sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui batas volume penjualan minimum yang harus dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Dalam sub bab ini akan disajikan identitas responden yaitu nama pemilik, umur, pendidikan terakhir dan lama usaha dari 3 usaha kedai kopi sebagai sampel dalam penelitian ini. Berikut adalah identitas responden dari usaha RPM Coffee, Vet Coffee dan garasi Ipok.

Tabel 2
identitas responden dari usaha RPM Coffee, Vet Coffee dan garasi Ipok

No	Nama Usaha	Nama Pemilik	Umur (tahun)	Pendidikan Terakhir	Lama Usaha
1	RPM Coffee	Sony	39	S1	1,5 Tahun
2	Vet Coffee	Ichal	22	SMA	1,8 Tahun
3	Garasi Ipok	Usman	31	S1	2,2 Tahun

Sumber: Data Primer, 2020

Kepemilikan kedai kopi ini adalah oleh mereka yang masih usia produktif, merupakan suatu kebanggaan bahwa dalam usia muda mereka sudah membuka lapangan kerja bagi usia produktif di daerah ini. Hal ini patut dicontoh oleh anak-anak muda lainnya dan penting diperhatikan oleh pemerintah daerah setempat untuk dibina dan diberi pelatihan2 keterampilan terkait dengan usaha mereka.

Skala usaha dan faktor-faktor ekonomis yang dikelola kedai kopi terpilih dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 3
Data Modal, Jumlah Pekerja Dan Alat Kopi Yang Dimiliki Kedai Kopi

Nama Usaha	Modal (Rp)	Alat Kopi (Rp)	Pekerja	Skala Usaha	
				Jumlah (Orang)	Gaji (Rp/Tahun)
RPM Coffee	150.000.000	89.000.000	4	105.600.000	Skala Besar
Vet Coffee	100.000.000	67.000.000	3	54.000.000	Skala Sedang
Garasi Ipok	40.000.000	15.500.000	4	72.000.000	Skala Kecil

Sumber: Data Primer, 2020

Dilihat dari serapan tenagakerja tampak tidak berbeda antar skala usaha kedai kopi, namun dengan besaran upah yang berbeda. Upah per pekerja pada RPM Coffe relatif lebih besar yaitu rata-rata upah yang dapat diterima pekerja sebesar Rp. 2.200.000/bulan dengan jam kerja 8 jam per hari. Sementara itu pada usaha skala kecil yaitu Garasi Ipok upah pekerja sebesar Rp. 1.500.000/bulan dengan jumlah jam kerja 6 jam per hari. Kedua kedai

kopi ini memberikan upah relatif lebih besar dibandingkan upah pada Vet Coffee yaitu Rp.1.500.000/bulan dengan jam kerja lebih besar yaitu 8 jam per hari. Meskipun pengupahan masih di bawah Upah Minimum Propinsi namun belum dilakukan teguran kepada pemilik usaha dikarenakan usaha ini dipandang dapat meningkatkan jiwa kewirausahaan kawula muda di daerah ini.

Penerimaan Kedai Kopi

Data Penjualan merupakan data hasil penjualan pertahun dari usaha cafe (*coffee shop*) yaitu RPM Coffee, Vet Coffee dan Garasi Ipok, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.
Penerimaan Usaha Kedai Kopi RPM Coffee, Vet Coffee dan Garasi Ipok
Tahun 2019-2020

No	Nama Usaha	Menu	Harga	Jumlah Penjualan	
				Unit	Rp
1	RPM Coffee	Espresso Basic	25.000	4.680	117000000
		Manual Basic	20.000	3.600	72.000.000
		Non Coffee	20.000	4.320	86.400.000
		Snack	18.000	5.040	90.720.000
Jumlah				17.640	366.120.000
2	Vet Coffee	Espresso Basic	25.000	2.880	72.000.000
		Manual Basic	20.000	2.400	48.000.000
		Non Coffee	20.000	3.000	60.000.000
		Snack	18.000	1992	35.856.000
Jumlah				10.272	215.856.000
3	Garasi Ipok	Espresso Basic	23.000	1.800	41.400.000
		Manual Basic	20.000	5.760	115.200.000
		Non Coffee	18.000	2.520	45.360.000
		Snack	15.000	3.396	50.940.000
Jumlah				13.476	252.900.000

Sumber: Data Primer, 2020

Ternyata harga produk tidak dapat menentukan jumlah produk yang terjual, terlihat bahwa meskipun harga per unit Espresso basic di Garasi Ipok lebih rendah dari kedua kedai kopi lainnya namun terlihat jumlah yang terjual lebih sedikit dari kedua kedai kopi lainnya. Keseluruhan hasil pernjualan per tahun terlihat bahwa RPM Coffee lebih besar dibandingkan dua kedai kopi lainnya dengan total penjualan per tahun sebesar Rp. 366.120.000. Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan RPM Coffee lebih besar dibandingkan dengan Vet Coffee dan Garasi Ipok. Jenis kopi yang disukai pada kedai kopi yang satu tidak berarti menjadi

jenis kopi yang disukai pada kedai kopi lainnya. Jika Espresso Basic lebih disukai pada Kedai Kopi RPM Coffee sama dengan disukai pada Kedai Vet Coffee dan berbeda pada Kedai Garasi Ipok dimana pada Kedai Garasi Ipok jenis kopi lebih laris adalah Manual Basic. Hal ini tergantung kemampuan meracik barista pada kedai kopi tersebut.

Dari tabel diatas juga menunjukkan bahwa rata-rata penerimaan RPM Coffee lebih besar dibandingkan dengan kedua kedai kopi lainnya yaitu sebesar Rp.366.120.000 per Tahun dan per bulan sebesar Rp 30.510.000, rata2 penerimaan yang cukup besar dengan rata-rata pengunjung per hari sebanyak 10 orang hingga 25 orang, suatu jumlah yang relatif ramai. Hal ini yang membuat pemilik kedai kopi RPM menyatakan bahwa usaha kedai kopi yang dikelola merupakan usaha yang dijalankan dengan beban relatif kecil yaitu menyediakan kopi sesuai pesanan dan tidak takut bahan jualan menjadi rusak. Lebih jauh dikatakan bahwa berusaha kedai kopi adalah usaha membuat orang mendapatkan kesenangan dan tempat bertemuanya antar sahabat.

Biaya Yang Dikeluarkan

Konsep biaya adalah bagian dari modal yang habis digunakan dalam satu periode tertentu. Biaya Variabel dalam penelitian ini menggunakan biaya bahan baku untuk jenis kopi yang terdiri dari jenis2 kopi biji yang digunakan dan bahan campuran untuk kopi. Sementara itu Biaya tetap yaitu penyusutan perlatan racik kopi, kursi, meja peralatan lainnya, dan upah tenaga kerja. Upah tenaga kerja yang digunakan karena jumlah upah tenaga kerja tidak berdasarkan jumlah kopi yang terjual namun berdasarkan kontrak awal per bulan. Biaya yang dikeluarkan oleh kedai kopi tersebut adalah seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 5
Biaya Produksi Kedai kopi

No	Nama Usaha	Biaya Variabel (.000 Rp)			Biaya Tetap (.000Rp)	Total Biaya (.000Rp)
		Bahan Baku	Bahan Baku	Total		
		Minuman	Snack			
1	RPM Coffee	94320	39864	134184	124200	258384
2	Vet Coffee	63/420	19200	82620	70800	153420
3	Garasi Ipok	69360	25200	94560	84600	179160

Sumber: Data Primer, 2020

Biaya Yang dikeluarkan oleh Kedai Kopi RPM Coffee tampak lebih besar, walaupun jumlah tenaga kerja yang digunakan sama besar dengan Garasi Ipok namun, upah tetap yang

dikeluarkan oleh RPM Coffee lebih besar dari Garasi Ipok. Hal ini yang menyebabkan biaya yang dikeluarkan RPM Coffee lebih besar.

Analisis Keuntungan

Keuntungan atau laba dari usaha dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\pi = TR - TC, \text{ dimana:}$$

$$\pi = \text{Keuntungan}$$

$$TR = \text{Total Revenue}/\text{Pendapatan}$$

$$TC = \text{Total Cost}/\text{Total Biaya}$$

Tabel 6
Keutungan Pada Usaha RPM Coffee, Vet Coffee dan Garasi Ipok Selama Setahun

No	Nama Usaha	Pendapatan	Total Biaya	Keuntungan
1	RPM Coffee	366.120.000	258.384.000	107.736.000
2	Vet Coffee	215.856.000	153.420.000	62.436.000
3	Garasi Ipok	252.900.000	179.160.000	73.740.000

Sumber: Data Primer, 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa keuntungan tertinggi diperoleh RPM Coffee yaitu sebesar Rp. 107.736.000 dalam setahun atau sebesar Rp. 8.978.00 per bulan. Tabel ini menunjukkan bahwa usaha kedai kopi merupakan usaha yang menguntungkan.

Efisiensi Usaha Kedai Kopi

Efisiensi Usaha kedai kopi selama 1 tahun usaha dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{RPM Coffee: } \text{Rp. } 107.736.000/\text{Rp. } 258.384.000 = 41,70\%$$

$$\text{Vet Coffee : } \text{Rp. } 62.436.000/\text{Rp. } 153.420.000 = 40,70\%$$

$$\text{Garasi Ipok: } \text{Rp. } 73.740.000/\text{Rp. } 179.160.000 = 41,16\%$$

Berdasarkan temuan diatas dapat dikatakan bahwa tingkat efisiensi usaha ketiga kedai kopi tidak berbeda jauh satu sama lain, baik yang menggunakan tenaga kerja lebih banyak maupun yang menggunakan biaya lebih besar. Efisiensi penerimaan atas biaya yang dikeluarkan oleh ketiga kedai kopi berkisar 40 hingga 42 persen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan penggunaan modal besar belum menunjukkan efisiensi lebih besar. Kedai kopi skala besar belum menunjukkan efisiensi usaha lebih besar dari usaha kedai kopi skala sedang dan ataupun skala kecil.

Meskipun RPM Coffee mendapatkan keuntungan lebih besar dari Vet Cpffee dan Garasi Ipok namun ternyata efisiensi usaha tidak lebih baik dari kedua kedai kopi lainnya, hal ini

dapat dilihat dari besaran biaya yang dikeluarkan oleh RPM Coffee jauh lebih besar dari kedua kedai kopi lainnya.

Kesimpulan

1. Keuntungan usaha kedai kopi terbesar diperoleh kedai kopi skala besar yaitu RPM Coffee.
2. Tingkat efisiensi usaha relatif tidak berbeda satu sama lain, baik skala besar, sedang, maupun kecil.

Saran

Bila dilihat dari kesimpulan yang ditariki dari penelitian ini ke depannya penting untuk melakukan penelitian fungsi produksi masing-masing skala usaha kedai kopi di atas dan menetapkan titik impas masing-masing skala usaha kedai kopi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad Azhar, 1996. *Media Pembelajaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Kabupaten Manokwari Dalam Angka. Badan Pusat Statistik. Manokwari
- Carter, william.K,dan Milton F. Usry. 2004 . *Cost Accounting*. Ahli Bahasa Krista, Buku Satu. Edisi Tiga Belas, Jakarta: Salemba Empat.
- Dirlanudin,2008. “*Paradigma Baru Pengembangan Usaha Kecil*” Jurnal Ilmiah Niagara 1, No.2. 2008.
- Fitriani Fitriani, Angga Kurniawan, Siti Walimah, 2021** *Strategi Pemasaran Kedai Kopi “cofee Et Bien” Kota Metro – Lampung*. Jurnal Manajemen Derivatif. Vol 15, No 1 (2021)
- Komang Listia Damariyanti, Amna Hartiati, I Wayan Gede Sedana Yoga. 2021.** *Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi “Kandera Coffee” Denpasar Bali menggunakan Metode Swot dan QSPM*. Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri Vol. 9, No. 2, 228-237 Juni 2021
- Mahyudin Damis, 2018. Strategi Keberlanan Usaha Warung Kopi Tikala Manado Suatu Tinjauan Antropologi . HOLISTIK, Tahun XI No. 21A / Januari - Juni 2018
- Mulyadi, 2004. *Akuntansi Manajemen* (Konsep, Manfaat dan Rekayasa), Edisi 3, Jakarta: Salempa Empat.
- Mulyadi, 2001. *Akuntansi Manajemen, Konsep, Manfaat dan Rekyasa*, Jakarta: Salemba Empat.

Nadya Hasna Latifa, Dini Rochdiani. 2019. *Kajian Strategi Pemasaran Usaha Kedai Kopi KADAKA Cafetaria di Kota Bandung.* Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian UNPAD. Volume 4 No.1 2019

Nurlela, Bastian Bustomi, 2006. *Akuntasi Biaya*, Edisi Pertama, Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu.

Rifkiawan Baba, Mahludin Baruwadi, Yuriko Boekoesoe, 2019. *Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi D'philocoffee Di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara.* Jurnal Ilmiah Agribisnis AGRINESIA. Volume 3 No.2 2019

Robert Pindyck dan Danniel L. Rubinfeld, 2007. *Mikroekonomi*, Edisi Keenam Indeks: Jakarta. h.199.

Rusdiana, *Kewirausahaan Teori Dan Praktik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014, h.45.

Sakti, Budiman. 2003. “*Analisis Keuangan Dan Efisiensi Ekonomi Relatif Pada Industri Kerajinan Mebel Kursi Rotan Di Bengkulu*”. Semarang

Thomas W. zimmerer dan Norman. Scarbrough, *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*, Erlangga, Jakarta, (terjemahan) 2005, h. 4.