

KELAYAKAN USAHA WARUNG KOPI IJO DI DESA BOLOREJO
KECAMATAN KAUMAN KABUPATEN TULUNGAGUNG

*Feasibility Of Green Coffee Shop In Bolorejo Village District Kauman Region
Tulungagung*

Samsul Mahasim

Dr. Ir. Triwara Buddhi S, MP / Ir. Lestari Rahayu, MP

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

ABSTRACT

This study entitled “ Feasibility of Green Coffee Shop In Bolorejo Village Kauman District, Tulungagung Region. This study was conducted with purpose to knowing profit and feasibility Of Green Coffee Shop looked by revenue cost ratio and productivity of capita was For taking sample was used sensus methods with taking all of coffe shop in Bolorejo village that is 38 unit. The average cost of production in Green coffee shop with little scale, as long as one week amount 1.697.963. cost of production in big scale amount 20.062.908. Revenue of one week in little scale amount 4.149.571. Revenue of one week in big scale amount 113.851.667. The income earned of one week in little scale amount 3.109.467. The income earned of one week in big scale amounted 96.259.540. The average profit in little scale amount 2.451.608. The average profit in big scale amount 93.788.759. Based on the analysis of the valve of R/C in little scale amount 2,44 and big scale amount 5,67 it is bigger than 1. The productivity of capital of green coffee shop in little scale amount 249% and in big scale amount 546%. Bigger than the prevailing bank rate local area in District of Tulungagung amounted 0,13% of one week. Making green coffee shop in Bolorejo is worth to be developed.

Keywords: Cost, Income, Revenue, Profit and Fasibility of Green Coffee, Shop.

KELAYAKAN USAHA WARUNG KOPI IJO DI DESA BOLOREJO
KECAMATAN KAUMAN KABUPATEN TULUNGAGUNG

*Feasibility Of Green Coffee Shop In Bolorejo Village District Kauman Region
Tulungagung*

Samsul Mahasim

Dr. Ir. Triwara Buddhi S, MP / Ir. Lestari Rahayu, MP

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian.

INTISARI

Penelitian ini berjudul “Kelayakan Usaha Warung Kopi Ijo Di Desa Bolorejo Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui mengetahui keuntungan dan kelayakan usaha warung kopi ijo yang dilihat dari revenue cost ratio (R/C) dan produktivitas modal. Metode pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (purposive). Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dengan metode sensus yaitu dengan mengambil semua sampel yang diberikan oleh kelurahan Desa Bolorejo dengan jumlah sampel 38. Rata-rata biaya produksi usaha warung kopi ijo skala kecil selama satu minggu sebanyak 1.697.963. Sedangkan untuk skala besar sebanyak 20.062.908. Penerimaan yang diperoleh usaha skala kecil selama satu minggu sebesar 4.149.571. sedangkan untuk skala besar yaitu sebanyak 113.851.667. dan pendapatan skala kecil sebanyak 3.109.467. untuk skala besar 96.259.540. Rata-rata keuntungan yang didapat usaha skala kecil sebanyak 2.451.608. sedangkan skala besar 93.788.759. Berdasarkan hasil analisis nilai R/C usaha skala kecil yaitu 2,44, untuk skala besar yaitu 5,67, maka lebih dari 1. Produktivitas modal usaha skala kecil sebesar 249%. Untuk skala besar 546%. Lebih besar dari tingkat bunga pinjaman bank yang berlaku di daerah setempat yaitu 0,13% perminggu. Sehingga usaha warung kopi ijo layak untuk diusahakan.

Kata kunci: Biaya, pendapatan, penerimaan, keuntungan, dan kelayakan usaha warung kopi ijo

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kopi Indonesia menempati salah satu terbesar di dunia dari segi hasil produksi dan ekspor sehingga sangat berperan penting bagi pertumbuhan perekonomian masyarakat di Indonesia. Karena letak geografis Indonesia sendiri sangat cocok difungsikan sebagai lahan perkebunan kopi. Letak Indonesia sangat ideal bagi iklim mikro untuk pertumbuhan dan produksi kopi. Ada berbagai macam olahan kopi yang sering dijumpai diantaranya: Espresso, Cappuccino, Americano, dan yang paling sering didengar kopi luwak. Selain dalam bentuk olahan kopi adapula berbagai macam bentuk penjualan kopi seperti penjualan kopi dalam bentuk biji, bubuk, instant, ada juga dalam bentuk siap saji seperti kafe, warung kopi. Kebiasaan minum kopi dan menghabiskan waktu di warung kopi sambil bercengkrama dengan teman dan menikmati fasilitas yang disediakan oleh warung seperti TV, *free Wi-Fi*, musik menjadikan bisnis ini berkembang pesat. Tidak hanya dipertanian saja, dipedesaan telah banyak dan dengan mudah dijumpai. Di kabupaten tulungagung kecamatan kauman ada warung kopi yang unik dan banyak digemari oleh para penikmat kopi biasa disebut Warung Kopi Ijo.

Tulungagung termasuk daerah penghasil perkebunan kopi terbukti di Desa Geger Kecamatan Sendang terdapat 3.000 hektar yang ditanami kopi jenis Robusta. Selain terdapat perkebunan kopi di Tulungagung juga terdapat jenis

olahan kopi yang unik yaitu Kopi Ijo ala mak Waris. Kopi ijo yang dimaksud disini bukan kopi yang terbuat dari biji kopi yang masih hijau tapi kopi ijo yang cara penggorengannya yang berbeda, dibutuhkan ketlatenan dalam penggorengan kopi ijo. Biji kopi ini dibeli di Tulungagung, sebutannya BRR 1. Mungkin asalnya dari Malang. Kopi ijo ala Mak Waris ini beda dengan kopi lain bukan karena ditambah zat pewarna atau bahan apapun. Bedanya hanya dicara sangrainya, pakai wajan tanah liat, pemanasnya pakai kayu bakara yang kering. Harus tlaten, jangan sampai api terlalu besar atau terlalu kecil. Kopi yang sudah disangrai itu lantas digiling memakai mesin, tidak ditumbuk secara tradisional pakai alu dan lesung. Pelanggan Mak Waris sering beli kopi bubuk untuk dijual kembali di Bali, Kalimantan, bahkan Malaysia. Siapapun boleh menjual lagi kopi Mak Waris meski diberi label berbeda. Di warung kopi mak waris ada juga tradisi nyete yaitu mengukur rokok dengan endap - endapan kopi. Mak Waris mulai membuka warung kopi ijo sejak tahun 1978 sampai sekarang masih banyak yang mengunjung warung kopi mak Waris. Dengan kesuksesan mak Waris banyak warga Bolo Kecamatan Kauman tertarik mendirikan warung kopi yang sama dengan mak Waris seperti diDusun Morangan ada 11 warung kopi, di Dusun Krajan ada 12 warung kopi, diDusun Srigading ada 7 warung kopi, dan di Dusun Bolo ada 8 warung kopi. Dengan banyaknya yang mengikuti jejak mak Waris apakah benar usaha warung kopi ijo menguntungkan? Dan Apakah usaha warung kopi ijo yang terdapat di Desa Bolo layak untuk di usahakan?

B. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui keuntungan dari penjualan kopi ijo di Desa Bolo.
2. Mangengetahui kelayakan usaha warung kopi ijo di Desa Bolo

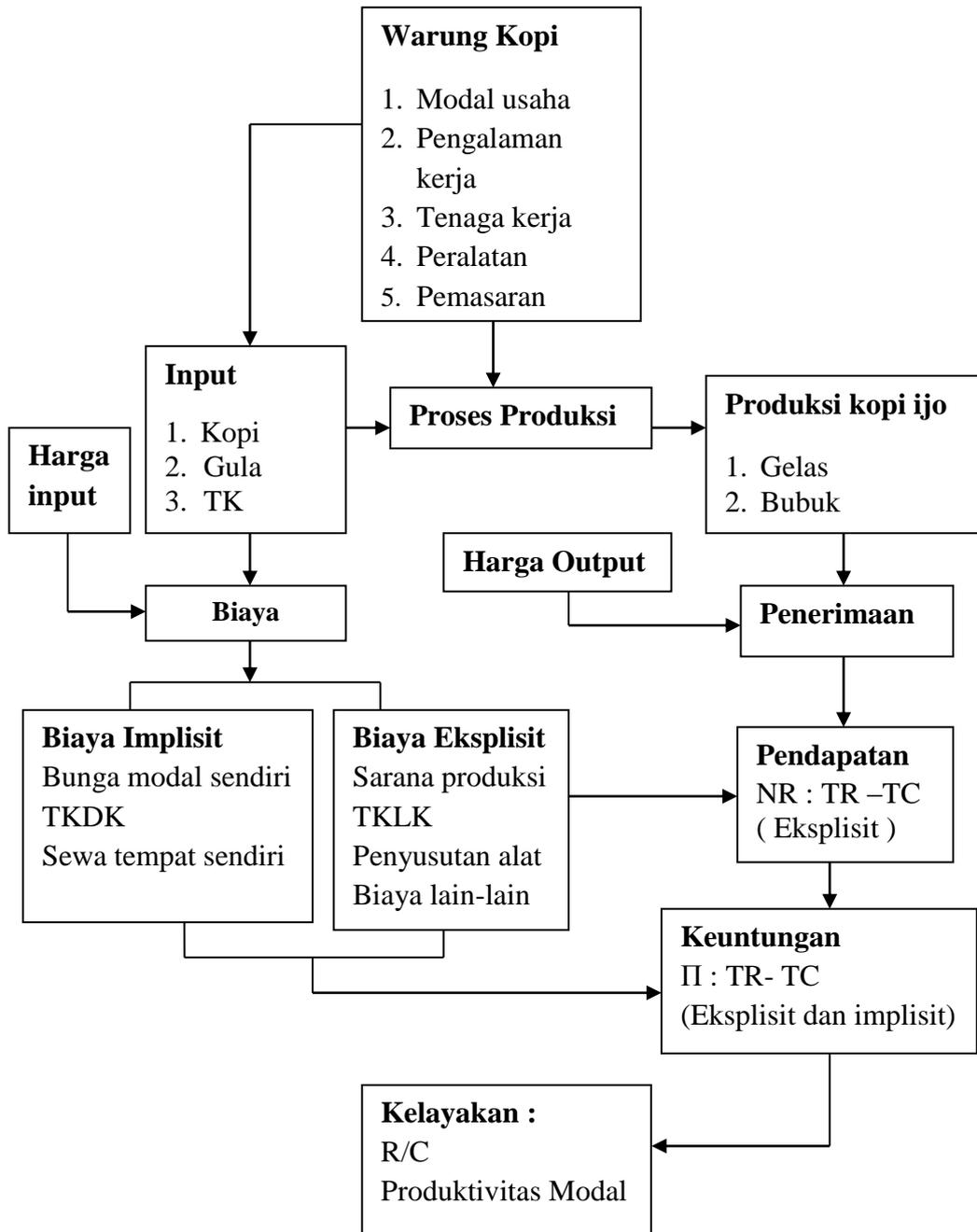
C. Kegunaan penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berikut :

1. Pengusaha warung kopi ijo, hasil penelitian dapat berfungsi sebagai bahan informasi dalam melihat dan mengevaluasi usaha warung kopi ijo.
2. Peneliti, hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk melatih kemampuan penerapan teori perkuliahan, menambah pengetahuan mengenai usaha warung kopi ijo, dan bahan masukan bagi penelitian selanjutnya.
3. Perguruan Tinggi dan masyarakat umum, hasil penelitian ini berfungsi untuk menambah bahan literatur serta pengetahuan mengenai usaha warung kopi ijo.

C. Kerangka Pemikiran

Usaha warung kopi ijo



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

II. METODE PENELITIAN

A. Teknik Pengambilan Sampel

1. Lokasi Penelitian

Pengambilan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) di desa Bolorejo kecamatan Kauman kabupaten Tulungagung, sebab di daerah tersebut banyak terdapat warung kopi ada 100 lebih yang di lapangan dan yang tercatat di kelurahan ada 38 warung kopi ijo.

2. Sampel Warung Kopi Ijo

Pada penelitian ini metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dengan metode sensus yaitu dengan mengambil semua sampel warung kopi ijo yang diberikan oleh kelurahan desa Bolorejo yaitu 38 sampel.

B. Jenis Dan Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan dua jenis data

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diambil langsung dari penjual kopi dengan metode wawancara dan dibantu dengan kuisioner sehingga dapat mempermudah dalam pengambilan data. Dari hasil wawancara yang dilakukan data yang didapat adalah Nama, Umur, Tingkat pendidikan, Berapa tahu berdiri warung kopi, Berapa banyak kopi yang dijual perhari, Berapa banyak bahan baku yang dibutuhkan untuk membuat kopi dalam perhari.

2. data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, data yang diperoleh dapat berupa data dari instansi atau lembaga yang terkait dengan usaha warung kopi ijo, data tersebut yaitu data nama-nama pemilik warung kopi ijo.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dibuat pembatasan masalah sebagai berikut untuk menghindari pembatasan yang terlalu meluas. Fokus masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data yang diambil satu minggu, saat dilakukan penelitian
2. Penelitian ini dilakukan pada penjual minuman kopi ijo.

3. Harga-harga input dan output selama periode analisis dihitung pada tingkat harga yang berlaku saat penelitian.

Suku bunga yang dipakai adalah dari Bank Jatim

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Produksi adalah total produksi sebuah usaha warung kopi ijo dalam satu minggu, yang sudah dalam bentuk siap saji (Gelas), dan bubuk (Kg)
2. Bahan baku adalah total bahan baku yang digunakan dalam satu minggu.
3. Alat untuk proses produksi adalah suatu alat yang digunakan untuk pembuatan kopi dalam bentuk gelas atau siap saji. Alat yang digunakan adalah Panci, Kompor, Gas, Kayu, Tungku, Kreweng, Gelas, Sendok.
4. Tenaga kerja adalah jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam satu minggu kerja.
5. Harga produksi adalah harga hasil produksi warung kopi ijo yang didapat dalam satu minggu dengan ukuran Rupiah (Rp)
6. Biaya adalah jumlah biaya yang dikeluarkan warung kopi dalam satu minggu diukur dengan satuan rupiah Rp
7. Biaya eksplisit adalah besarnya pengeluaran yang dikeluarkan dalam usaha warung kopi ijo biaya eksplisit adalah biaya tenaga kerja, pembelian bahan baku, biaya peralatan, dengan ukuran Rupiah (Rp)
8. Biaya implisit adalah besaran pengeluaran oleh pengusaha warung kopi tidak secara nyata namun tetap diperhitungkan. Biaya yang termasuk implisit adalah biaya sewa lahan milik sendiri, upah tenaga kerja dalam keluarga, dan biaya penyusutan dengan satu pengukuran Rupiah (Rp).
9. Penerimaan adalah nilai produksi yang diperoleh dari jumlah produksi total dikalikan dengan harga jual ditingkat pembeli. Dengan pengukuran satuannya Rupiah (Rp).
10. Pendapatan adalah selisih antara jumlah penerimaan dengan seluruh biaya eksplisit dalam satu musim. Satuan yang dipakai adalah Rupiah (Rp).
11. Keuntungan adalah jumlah pendapatan yang dihitung total penerimaan dikurangi keseluruhan biaya eksplisit dan implisit dalam satu minggu. Pengukuran yang digunakan dalam satuan Rupiah (Rp).

12. R/C ratio adalah indikator kelayakan yang didapatkan dari hasil perbandingan antara penerimaan dan biaya usaha warung kopi ijo.
13. Produktivitas Modal adalah perbandingan antara pendapatan yang diterima usaha warung kopi ijo (Rp) dikurangi biaya implisit (selain bunga modal milik sendiri atau bunga tabungan) dengan total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi.

E. Teknik Analisis

Menurut Rustami, Putu dkk, (2014) menyebutkan bahwa Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis adalah :

1. Adanya pengaruh secara simultan dari biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba pada perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis Singaraja tahun 2010 – 2013.
2. Terdapat pengaruh secara parsial antara biaya produksi terhadap laba perusahaan, antara biaya promosi terhadap laba perusahaan, dan antara volume penjualan terhadap laba pada perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis Singaraja tahun 2010 – 2013.

Untuk mengetahui besarnya biaya, penerimaan, pendapatan, dan keuntungan dari suatu usaha, maka dilakukan teknik analisis data sebagai berikut :

a. Analisis Penerimaan

Analisis penerimaan yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya penerimaan warung kopi ijo yang ada didesa Bolorejo.

Dengan rumus:

$$TR = (Q1 \times P1) + (Q2 \times P2)$$

Keterangan:

TR = Penerimaan penghasilan

Q1 = Jumlah penjualan dalam bentuk gelas

P1 = Harga jual

Q2 = Jumlah penjualan dalam bentuk bubuk

P2 = Harga jual bentuk bubuk.

b. Analisa Pendapatan

Analisis pendapatan pada penelitian ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui besarnya pendapatan warung kopi didesa Bolorejo. Pendapatan dapat dihitung dengan cara :

$$NR = TR - TC \text{ (eksplisit cost)}$$

Keterangan :

NR = Pendapatan Warung kopi (Rp)

TR = Penerimaan Warung Kopi (Rp)

TC = Biaya total (Rp)

c. Analisis Keuntungan

Analisis keuntungan pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besarnya keuntungan usaha warung kopi ijo di desa Bolorejo. Dapat dirumuskan dengan:

$$\pi = TR - TC \text{ (Eksplisit dan Implisit)}$$

Keterangan:

π = Keuntungan warung kopi

TR = Pendapatan warung kopi

TC = Biaya total

1. Analisa Kelayakan

Untuk mengetahui kelayakan usaha warung kopi ijo dapat dianalisis menggunakan R/C Ratio (*Revenue on Cost*). R/C Ratio sebagai perbandingan antara penerimaan dan total biaya. Dapat dirumuskan dengan:

$$R/C = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan:

R/C = Revenue on Cost

TR = Total penerimaan

TC = Total Biaya (eksplisit dan implisit)

Dengan ketentuan:

$R/C > 1$, maka usaha warung kopi ijo layak untuk diusahakan.

$R/C < 1$, maka usaha warung kopi ijo tidak layak diusahakan.

2. Produktivitas Modal

Menghitung produktivitas modal dengan menggunakan rumus sebagai berikut

$$PM = \frac{NR - \text{Biaya Sewa Tempat} - \text{Biaya TKDK}}{TEC} \times 100\%$$

Keterangan

- PM : Produktivitas Modal
NR : Pendapatan
TEC : Biaya Total Eksplisit
TKDK : Tenaga Kerja Dalam Keluarga

Jika produktivitas modal lebih besar dari tingkat bunga tabungan bank yang berlaku saat ini maka usaha warung kopi ijo layak untuk diusahakan dan Jika produktivitas modal lebih kecil dari tingkat bunga pinjaman yang berlaku saat ini maka usaha warung kopi ijo tidak layak untuk diusahakan.

III. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Pemilik Warung

Identitas warung diperlukan untuk mengetahui latar belakang pemilik warung kopi. Di Desa Bolorejo terdapat banyak sekali para pedagang warung kopi ijo disana mayoritas masyarakat memiliki usaha warung kopi, bisa dikatakan hampir setiap rumah yang ada di Desa Bolorejo memiliki usaha tersebut. Usaha warung kopi ini merupakan usaha turun temurun dan masyarakat tersebut menggunakan usaha ini sebagai usaha pokok. Pada penelitian ini usaha warung kopi ijo di bagi menjadi dua skala yaitu usaha skala kecil dan usaha skala besar. Usaha skala besar disini usaha yang memiliki keuntungan dan sarana produksi yang tinggi, usaha warung kopi ijo tersebut yaitu milik Waris, Maktin, dan Suko. Dan usaha skala kecil yaitu usaha yang keuntungan dan sarana produksi tidak besar. Data yang diambil dan dianalisis merupakan data selama penelitian berlangsung yaitu pada bulan Agustus 2017.

1. Umur

Umur digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh semangat dalam menjalankan usaha. Pemilik warung kopi yang memiliki usia produktif akan memiliki kemampuan bekerja lebih tinggi, sedangkan diusia belum dan tidak

produktif cenderung memiliki kemampuan bekerja kurang tinggi. Dari hasil analisis bahwa keseluruhan sampel termasuk dalam usia produktif.

Tabel 9. Pemilik Warung Kopi Berdasarkan Umur Di Desa Bolorejo

Umur	Skala kecil	Persentase (%)	Skala besar	Persentase (%)
40 – 45	6	17,14	1	33,33
46 – 51	9	25,72	2	66,67
52 – 57	10	28,57	0	0
58 - 63	10	28,57	0	0
Jumlah	35	100	3	100

Dari tabel 9 dapat dilihat bahwa pada usaha skala besar memiliki umur yang cukup muda dibandingkan dengan usaha skala kecil, ini dikarenakan usaha warung kopi skala besar sudah turun temurun dan sekarang diwariskan ke anak - anaknya. Bisa dikatakan usaha yang skala besar sudah memiliki nama yang cukup lama. Oleh karena itu warung kopi ini sudah banyak yang mengenal dibandingkan usaha skala kecil.

2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin dapat berpengaruh terhadap hasil yang dicapai dalam usaha yang dijalankan, karena seorang laki-laki cenderung memiliki tingkat bekerja lebih tinggi dibanding perempuan dikarenakan seorang laki-laki adalah pemimpin sekaligus tulang punggung bagi keluarganya. Untuk melihat jenis kelamin pada usaha warung kopi dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Pemilik Warung Kopi Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Skala Kecil	Persentase (%)	Skala Besar	Persentase (%)
Laki-laki	33	94,29	2	66,67
Perempuan	2	5,71	1	33,33
Jumlah	35	100	3	100

Dari tabel pemilik warung berdasarkan jenis kelamin, usaha warung kopi skala kecil paling banyak diusahakan oleh laki-laki, karena usaha warung kopi ini menjadi usaha pokok bagi warga Blorejo, sedangkan usaha warung kopi pada skala besar justru ada yang dipegang oleh wanita dan hasilnya sangat memuaskan, ternyata warung kopi yang diusahakan oleh wanita tidak kalah dengan usaha warung kopi laki-laki, bahkan bisa melebihi. Ini dikarenakan wanita lebih teliti dan lebih telaten dalam melakukan segala hal.

3. Tahun Berdiri Warung

Tahun berdirinya warung merupakan data untuk mengetahui seberapa lama warung kopi yang terdapat didesa Blorejo itu berdiri. Untuk melihat rata - rata tahun berdirinya warung dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. Tahun Berdirinya Warung Kopi

Tahun skala kecil	Jumlah warung	Persentase (%)	Tahun skala besar	Jumlah warung	Persentase (%)
1982 – 1989	3	8,57	1978-1982	1	3,33
1990 – 1997	6	17,14	1983-1987	0	0
1998 – 2005	24	68,57	1988-1992	0	0
2006 – 2011	2	5,72	1993-1999	2	66,67
Jumlah	35	100		3	100

Pada tabel tahun berdirinya warung pertama kali yang mendirikan usaha Warung kopi ijo di Desa Blorejo, Kecamatan Kauman, Kabupaten Tulungagung, yaitu Waris dengan tahun berdirinya pada tahun 1978, jadi tidak heran apabila usaha warung kopi Waris sudah banyak yang mengenal dan banyak peminatnya karena kopi Waris beda dengan yang ada di warung kopi biasa. Dan usaha warung kopi Waris masuk pada skala usaha besar. Untuk usaha skala kecil dan usaha warung kopi lainnya mereka hanya mengikuti usaha warung kopi ijo Waris.

4. Tingkat Pendidikan

Masyarakat Blorejo yang menjalankan usaha warung kopi semua memiliki tingkat pendidikan, tingkat pendidikan dapat mempengaruhi perkembangan suatu usaha, pemilik warung yang memiliki tingkat pendidikan

yang lebih tinggi akan lebih berani dalam menjalankan usaha dan mengambil keputusan. Untuk mengetahui tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 12. Tingkat Pendidikan Pemilik Warung Kopi Ijo.

Tingkat Pendidikan	Skala Kecil	Persentase (%)	Skala Besar	Persentase (%)
SD	16	45,71	0	0
SMP	3	8,57	0	0
SMA	16	45,72	2	6,67
Sarjana	0	0	1	3,33
Jumlah	35	100	3	100

Pada tabel 12. Tingkat pendidikan yang ada pada usaha skala kecil yang paling banyak berpendidikan SD, karena usaha skala kecil kebanyakan kurang mengutamakan pendidikan, sedangkan pada usaha skala besar yang paling banyak berpendidikan SMA, bahkan ada yang sudah sarjana. Dengan demikian, maka tingkat pendidikan sangat mempengaruhi perkembangan usaha yang dijalankan. Dengan tingkat pendidikan yang tinggi maka seseorang akan lebih berani dalam mengambil keputusan dan tidak takut dalam kegagalan.

5. Kapasitas Penjualan

Kapasitas penjualan merupakan berapa banyak jumlah penjualan kopi selama satu minggu baik bentuk bubuk maupun gelas. Untuk melihat kapasitas penjualan dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Kapasitas Penjualan Kopi Dalam Satu Minggu

Kapasitas Penjualan kecil (kg)	Jumlah orang	Persentase (%)	Kapasitas penjualan besar(kg)	Jumlah orang	Persentase (%)
6 – 27	33	94,28	300	1	33,33
28 – 49	1	2,86	500	1	33,33
50 – 70	1	2,86	200	1	33,33
Jumlah	35	100		3	99,99

Dari tabel 13. Kapasitas penjualan skala besar terbanyak yaitu Waris, karena waris merupakan perintis pertama yang mengembangkan kopi ijo di Desa Bolorejo. Jadi banyak sekali yang menggemari kopi Waris. Dengan rasanya yang unik dan khas, kopi Waris menjadi terkenal. Dalam satu hari warung kopi Waris bisa menghabiskan 75 kg bubuk kopi untuk dijual dalam bentuk gelas, sedangkan untuk 1 kg bubuk bisa menjadi 140 kopi dalam bentuk gelas, dalam penjualan bentuk bubuk bisa menghabiskan 15 kg dalam perhari. Untuk usaha skala kecil tidak seramai warung kopi Waris ini dikarenakan usaha tersebut mengikuti jejak usaha Waris jadi para pembeli kebanyakan memilih langsung ke warung kopi Waris.

B. Analisis Biaya Usaha Warung Kopi Ijo

1. Biaya

Biaya merupakan pengeluaran yang dilakukan seseorang untuk memulai usaha yang akan dilakukan, dengan harapan biaya akan kembali dengan menjalankan suatu usaha.

a. Biaya Penyusutan Alat

Dalam menjalankan usaha tidak lepas dari alat untuk sarana produksi. Alat sangat penting sekali dalam menjalankan suatu usaha dengan sebuah alat maka usaha yang kita jalankan akan terbantu dengan adanya alat, jadi pengertian alat adalah benda yang digunakan untuk mempermudah pekerjaan kita sehari-hari. Alat hanya dapat dipakai selama selang waktu tertentu. Biaya investasi akan habis setelah selang waktu tersebut. Oleh karena itu jika dilihat dari waktu ke waktu selama selang waktu tersebut maka nilai alat telah berkurang, yang dibutuhkan untuk usaha warung kopi lumayan banyak dan alat yang digunakan akan mengalami penyusutan nilai jual. Untuk melihat nilai penyusutan alat dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Penyusutan Alat

Jenis Alat	Skala Kecil	Persentase (%)	Skala Besar	Persentase (%)
Panci	2.123	5,04	12.535	1,45
Kompor	1.443	3,43	5.208	0,60
Gayung	98	0,23	104	0,01
Kreweng	2.581	6,13	8.597	0,99
Sendok	1.747	4,15	23.750	2,75
Lepek	12.829	30,46	221.111	25,56
Gelas	13.557	32,19	544.792	62,98
Alat penggiling	-	0,00	11.111	1,28
Meja	2.666	6,33	15.139	1,75
Kursi	5.067	12,03	22.639	2,62
Jumlah	42.111	100	864.986	100

Berdasarkan tabel 14. Penyusutan alat pada usaha skala kecil tidak begitu banyak dibanding dengan usaha skala besar ini dikarenakan dalam usaha warung kopi skala kecil tidak begitu banyak dalam membutuhkan alat, sedangkan dalam usaha skala besar membutuhkan alat yang lumayan banyak karena dengan banyaknya pembeli maka semakin sering juga alat kita gunakan dengan semakin sering maka alat akan cepat mengalami rusak dan semakin banyak juga alat yang kita butuhkan agar pekerjaan kita bisa terbantu.

b. Biaya Sarana Produksi

Biaya sarana produksi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi adapun biaya yang harus dikeluarkan untuk sarana produksi warung kopi ijo yaitu: biji kopi sebagai bahan utama dalam pembuatan kopi, gula sebagai pembuat rasa manis pada kopi, gas LPG dan kayu sebagai bahan penunjang. Untuk melihat biaya sarana produksi dapat dilihat pada tabel 15.

Tabel 15. Rata-rata Biaya Sarana Produksi

Macam Biaya	skala kecil	Harga (Rp)	Total Biaya (Rp)	Skala Besar	Harga (Rp)	Total Biaya (Rp)
Kopi (kg)	13,66	31.987	436.857	333	29.000	9.666.667
Gula (kg)	10,37	12.110	125.600	147	11.591	1.700.000
Gas LPG	6,80	15.013	102.086	28	16.265	460.833
Kayu (ikat)	6,71	10.000	67.143	33	10.000	330.000
Jumlah			731.686			12.157.500

Berdasarkan pada tabel sarana produksi skala kecil memiliki produksi yang rendah dibandingkan dengan skala besar ini dikarenakan skala kecil tidak membutuhkan begitu banyak bahan baku karena pembeli tidak seramai skala besar. Sedangkan skala besar memiliki jumlah produksi yang cukup banyak karena usahanya banyak pembeli berdatangan. Berikut ini adalah bahan-bahan yang digunakan untuk pembuatan kopi.

Biji kopi merupakan bahan baku utama dalam pembuatan minuman kopi biji kopi ada berbagai macam jenis ada Robusta, Arabika.

Gula merupakan bahan tambahan yang wajib pada minuman kopi gula digunakan untuk proses pencampuran pada minuman kopi agar memiliki rasa manis.

Gas LPG disini digunakan sebagai bahan baku yang digunakan untuk merebus air untuk pemberian air panas pada minuman kopi.

Kayu Bakar pada pembuatan minuman kopi didesa Bolorejo digunakan sebagai bahan penggorengan biji kopi, dalam penggorengan biji kopi disini kayu bakar bisa dikatakan bahan baku wajib untuk penggorengan kopi karena dalam penggorengan kopi tidak boleh menggunakan gas atau alat lainnya.

c. Total Biaya Produksi

Total biaya produksi merupakan jumlah keseluruhan dari biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi biaya tersebut meliputi biaya eksplisit dan biaya implisit. Untuk mengetahui biaya eksplisit dan biaya implisit dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Biaya Rata-rata Eksplisit Dan Implisit Pada Usaha Warung Kopi Ijo

Uraian	Biaya Kecil	Skala Persentase (%)	Biaya Besar	Skala Persentase (%)
Biaya Eksplisit				
Sarana Produksi	731.686	43,09	12.157.500	60,60
TKLK	149.000	8,78	3.780.000	18,84
biaya pgl'n kopi	28.429	1,67	416.667	2,08
Biaya pnystn alat	42.111	2,48	864.986	4,31
Biaya lain-lain	88.880	5,23	372.974	1,86
Jumlah	1.040.105	61,26	17.592.127	87,68
Biaya Implisit				
TKDK	494.000	29,09	93.333	0,47
sewa tmpt mlk sndr	28.429	1,67	86.806	0,43
bunga mdl sndr	135.430	7,98	2.290.642	11,42
Jumlah	834.088	38,74	4.382.705	12,32
Total Biaya	1.697.963	100	20.062.908	100

Berdasarkan tabel 16. Dapat dibandingkan antara usaha skala kecil dengan usaha skala besar. Usaha skala kecil lebih sedikit total biaya eksplisit dan implisit dibandingkan dengan usah skala besar ini dipengaruhi dengan banyaknya pembeli. Karena semakin banyak pembeli maka keuntungan semakin meningkat dan biaya sarana produksi dan lainnya juga akan bertambah.

d. Biaya Lain – Lain

Biaya lain – lain merupakan biaya yang diluar dari biaya proses produksi biaya tersebut meliputi biaya wi-fi dan biaya pajak bumi bangunan. Biaya ini bisa disebut sebagai biaya pembantu agar usaha kita menjadi ramai dan banyak pembeli. Karena pada zaman sekarang sudah era modern dimana alat-alat canggih bermunculan. Dan alat tersebut membutuhkan koneksi internet yang biasa disebut Wi-fi. Untuk melihat biaya lain-lain dapat dilihat pada tabel 17

Tabel 17. Rata-rata Biaya Lain-lain

Uraian	Biaya skala kecil	Persentase (%)	Biaya skala besar	Persentase (%)
Wi-fi	57.357	65	220.833	59
Listrik	30.821	35	150.000	40
Pajak Bumi Bangunan	701	1	2.141	1
	88.880	100	372.974	100

Dari tabel 17. Biaya lain-lain pada skala kecil maupun skala besar yang terbanyak biayanya yaitu wi-fi. Ini dikarenakan waifi merupakan jaringan internet yang dapat terhubung ke hp atau laptop dan dapat digunakan untuk segala hal seperti bermain game, mencari informasi, melihat video, pada jaman sekarang hampir semua orang memiliki hp yang dapat terhubung ke jaringan internet maka orang akan mencari dimana jaringan internet yang murah, dan kencang, jaringan tersebut bisa didapat di warung kopi. Hanya dengan membeli kopi satu gelas kita bisa menggunakan jaringan internet dengan puas. Pada biaya skala kecil biaya wi-fi tidak begitu besar dibanding dengan skala besar hal ini dikarenakan skala besar lebih memiliki pelanggan atau pembeli yang banyak dengan semakin banyak pembeli maka semakin banyak pula pengguna wi-fi, ini akan berdampak pada biaya pembayaran wi-fi.

2. Penerimaan

Seseorang bisa mendapatkan penerimaan apabila usaha yang dikerjakan oleh seseorang bisa laku atau ada pembeli. Penerimaan usaha warung kopi ijo dihitung dari jumlah produksi perminggu dikalikan dengan harga jual. Di usaha warung kopi ijo terdapat dua penerimaan yaitu penerimaan penjualan kopi dalam bentuk gelas dengan penerimaan kopi dalam bentuk bubuk, tetapi tidak semua penjual menjual dalam bentuk bubuk hanya beberapa saja yang menjual, ini dikarenakan usah warung kopi ijo yang tidak menjual kopi bubuk kebutuhan sarana produksinya tidak besar, jadi mereka tidak menyediakan penjualan dalam bentuk bubuk. Untuk melihat hasil penerimaan usaha warung kopi ijo dapat dilihat pada tabel 18.

Tabel 18. Rata-rata Hasil Penerimaan Usaha Warung Kopo Ijo

Jenis Penjualan	Harga skala kecil	Penjualan skala kecil (Kg)	Jumlah kecil (Rp)	Harga skala besar	Penjualan skala besar(Kg)	Jumlah besar(Rp)
Gelas	2.341	1.743	4.079.000	2.406	46.000	110.666.667
Bubuk	65.000	1,09	70.571	65000	49	3.185.000
Jumlah			4.149.571			113.851.667

Pada tabel penerimaan dapat dilihat bahwa penerimaan dalam skala kecil memiliki penerimaan yang rendah dibandingkan dengan penerimaan skala besar ini dikarenakan dalam usaha warung kopi ijo, usaha dalam skala besar lebih banyak diminati oleh para pembeli. Karena usaha skala besar selain usaha perintis atau pertama, ada juga yang berani dalam mengembangkan usahanya sehingga usahanya memiliki pedapatan yang cukup besar.

3. Pendapatan

Pendapatan suatu usaha merupakan hasil dari penerimaan dikurangi biaya eksplisit selama satu minggu. Besarnya pendapatan rata-rata usaha warung kopi dapat dilihat pada tabel 19.

Tabel 19. Rata-rata Pendapatan Usaha Warung Kopi Ijo

Uraian	Pendapatan skala kecil	Pendapatan skala besar
Penerimaan	4.149.571	113.851.667
Biaya Eksplisit	1.040.105	17.592.127
Jumlah	3.109.467	96.259.540

Dilihat dari tabel 19. Bahwa pendapatan dalam skala kecil memiliki pendapatan yang lumayan besar, ini dikarenakan kopi ijo banyak peminatnya, bukan dari kalangan anak muda saja tetapi dari kalangan orang tua juga suka dengan kopi ijo. Tetapi pendapatan usaha skala kecil tidak dapat melebihi

pendapatan usaha skala besar ini dikarenakan usaha skala besar sudah memiliki nama yang cukup lama dan banyak peminatnya.

4. Keuntungan

Dalam menjalankan usaha keuntungan merupakan sesuatu harapan yang sangat dinanti – nanti oleh para pelaku usaha, baik usaha dalam skala kecil maupun usaha dalam skala besar. Keuntungan didapat dari jumlah penerimaan dikurangi dengan total biaya produksi, baik biaya eksplisit maupun biaya implisit. Rata-rata besarnya keuntungan yang diperoleh dari usaha warung kopi ijo dapat dilihat pada tabel 20.

Tabel 20. Rata-rata Keuntungan Usaha Warung Kopi Ijo

Uraian	Keuntungan skala kecil (Rp)	Keuntungan skala besar (Rp)
Penerimaan	4.149.571	113.851.667
- Biaya Eksplisit	1.040.105	17.592.127
- Biaya Implisit	657.859	2.470.780
Total Biaya Eksplisit dan Implisit	1.697.963	20.062.908
Jumlah	2.451.608	93.788.759

Dari tabel 20. Keuntungan skala kecil lumayan banyak tetapi tidak sebanyak skala besar karena skala besar memiliki nama yang cukup lama sedangkan usaha skala kecil hanya mengikuti usaha skala besar. Dalam mengikuti ada yang bisa mendapatkan keuntungan yang banyak ada juga yang mendapatkan keuntungan yang sedikit.

C. Kelayakan Usaha Warung Kopi Ijo

Kelayakan usaha dapat dilihat dari beberapa pendekatan yaitu dengan Revenue cost ratio (R/C), produktivitas modal, produktivitas tenaga kerja.

1. Revenue Cost Ratio (R/C)

Revenue cost ratio (R/C) merupakan perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya produksi meliputi biaya eksplisit dengan biaya implisit. Jika $R/C < 1$, maka suatu usaha tidak layak diusahakan dan jika $R/C > 1$, maka suatu usaha layak untuk diusahakan. Untuk melihat R/C usaha warung kopi ijo dapat dilihat pada tabel 21.

Tabel 21. Nilai R/C Ratio Usaha Warung Kopi Ijo

Uraian	Nilai R/C skala kecil	Nilai R/C skala besar
Total Penerimaan	4.149.571	113.851.667
Total Biaya (Eksplisit & Implisit)	1.697.963	20.062.908
Nilai R/C ratio	2,44	5,67

Berdasarkan tabel R/C Ratio usaha warung kopi ijo dalam skala kecil ternyata layak untuk diusahakan karena nilai R/C 2,44. Ini dikarenakan usaha warung kopi ijo ini tidak kalah menguntungkan dibandingkan dengan usaha-usaha lain. Sedangkan usaha skala besar juga sangat menguntungkan dengan nilai R/C 5,67.

2. Produktivitas Modal

Produktivitas modal merupakan selisih antara pendapatan dengan sewa tempat milik sendiri dan biaya TKDK, kemudian dibagi dengan total biaya eksplisit. Semakin besar nilai produktivitas modal maka semakin produktif modal yang ditanam untuk usaha warung kopi ijo. Untuk melihat produktivitas modal dapat dilihat pada tabel 22.

Tabel 22. Rata-rata Produktivitas Modal

Uraian	Nilai skala kecil (Rp)	Nilai skala Besar (Rp)
Pendapatan	3.109.467	96.259.540
sewa tempat sendiri	28.429	86.806
biaya TKDK	494.000	93.333
Biaya eksplisit	1.040.105	17.592.127
Produktivitas modal (%)	249%	546%
Bunga Tabungan Bank (%) per minggu		0,13%

Sumber: Data Primer 2017.

Berdasarkan tabel 22. Nilai produktivitas modal skala kecil sebesar 249% artinya jika modal yang dimanfaatkan untuk usaha warung kopi ijo maka akan menghasilkan keuntungan sebesar 249% perminggu dari modal yang digunakan ternyata lebih besar dibandingkan dengan Bunga Tabungan Bank perminggu. Ini artinya usaha warung kopi ijo skala kecil layak juga diusahakan. Sedangkan usaha skala besar memiliki nilai produktivitas modal sebesar 546% artinya jika modal dimanfaatkan untuk usaha warung kopi ijo maka akan menghasilkan keuntungan sebesar 546% perminggu dari modal yang digunakan. Artinya usaha skala besar layak untuk diusahakan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pahlevi, Rico dkk, (2014) dengan judul penelitian. “ Analisis Kelayakan Usaha Agroindustri Kopi Luwak Di Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat’. Menyebutkan bahwa usaha kopi luwak baik bersekala kecil maupun mikro merupakan usaha yang menguntungkan dan layak untuk dikembangkan. Kenaikan biaya produksi dan penurunan harga jual produksi mempengaruhi agroindustri kopi luak di Kecamatan Balik Bukit.

Sedangkan dalam penelitian Suhendra, Dori dkk (2012), yang berjudul “ Analisis Pendapatan Usahatani Pada Kopi Tradisional Dan Sambung Di Desa Lubuk Kembang, Kec. Curup Utara, Kab. Rejang Lebong”. Didalam penelitiannya menyebutkan bahwa rata-rata pendaptan usahatani kopi tradisional

sebesar 7.369.461,00/ha/tahun, sedangkan usaha tani kopi sambung sebesar Rp 18.792.149,00/ha/tahun. Rata-rata R/C ratio usahatani kopi tradisional sebesar 3,37, sedangkan usahatani kopi sabung sebesar 3,85. Hal ini menunjukkan bahwa usahatani pada kedua kelompok petani kopi sama-sama efisien, dengan perbedaan nilai sebesar 0,48.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Kelayakan Usaha Warung Kopi Ijo Di Desa Bolorejo Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam usaha warung kopi ijo **skala kecil** biaya produksi yang dikeluarkan oleh penjual selama satu minggu sebesar Rp. 1.697.963. penerimaan perminggu sebesar Rp. 4.149.571. pendapatan yang diperoleh perminggu sebesar Rp. 3.109.467. sedangkan keuntungan yang didapat perminggu sebesar Rp. 2.451.608. Sedangkan untuk **skala besar** biaya produksi sebesar Rp. 20.062.908. Penerimaan perminggu sebesar Rp. 113.851.667. pendapatan yang diperoleh perminggu sebesar Rp. 96.259.540. sedangkan keuntungan yang didapat sebesar Rp. 93.788.759 .
2. Hasil analisi R/C untuk **skala kecil** yaitu sebesar 2,44 lebih dari 1, ini artinya usaha warung kopi ijo dalam skala kecil layak untuk diusahakan. Untuk R/C **skala besar** yaitu sebesar 5,67 lebih dari 1, ini dapat diartikan usaha warung kopi ijo skala besar layak untuk diusahakan. Jadi kedua skala usaha sama-sama layak untuk diusahakan.

B. Saran

1. Bagi pemilik warung agar mempertahankan usaha tersebut karena usaha warung kopi ijo sangat menguntungkan.
2. Untuk pemerintah daerah untuk terus mendukung dengan adanya usaha warung kopi ijo, karena selain membuka lapangan pekerjaan, usaha warung kopi ijo juga dapat membantu perekonomian warga.

DAFTAR PUSTAKA

Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Budiman, Haryanto. -. *Prospek Tinggi Bertanam Kopi*: Bantul Yogyakarta.

Charles H.Cooley. 2016. Pengertian Kerjasama. <http://artikeltop.xyz/pengertian-kerjasama.html> (online) diakses 1 agustus 2017, jam 23:49

Cita, Glora. Studi Tentang Fungsi Warung Kopi Bagi Masyarakat Di Kota Bagansiapiapi. *Jom Fisip Vol 2. No 2 (2015)*. Hal 1 – 13.

Dhaneswara, App. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keuntungan Cooffe Shop Di Surakarta. <http://169281709201009031> (online) diakses 10 April 2017, jam 20:15.

Halik, Abdul, Kasiyati, Sri Budi, Budiarti, Endah dan Ratnaningsih. *IbM Pengembangan Usaha Warung Kopi Di Desa Bungah Dan Desa Lasem, Kabupaten Gresik*. *Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya*. Vol 01. No 02 (2015). Hal 97 – 104.

Hayati, Nurlaila. Eksistensi Pengguna Wi-fi Di Warung Kopi Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Al-Ijtimaayah*. Vol 1. No 1 (2015). Hal 64 – 72.

Hidayat, Ariel dan Soetriono. Daya Saing Ekspor Kopi Robusta Indonesia Di Pasar Internasional. *J-SEP Vol 4. No 2 (2010)*. Hal 62 – 82.

Ibrahim, Yacob. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis* . Jakarta : PT. Rineka Cipta

Jati, Feida Triastuti Ratna. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Kedai Kopi (Studi pada Konsumen Buket Koffe+Jazz). http://SKRIPSI_JATI (online) diakses 10 April 2017, jam 20:25.

- Kasmir, 2008. Manfaat Analisis Laba.
[http://adaddanuartablogspot.co.id/2014/11/laba-menurut-para-ahli.html](http://adaddanuartablogspot.blogspot.co.id/2014/11/laba-menurut-para-ahli.html)
(online) diakses 5 11 April 2017, jam 20:15.
- Kuswadi, 2005. *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Maridelana, Vanya Pinkan, Hariyati, Yuli dan Kuntadi, Ebban Bagus. Fungsi Keuntungan Usahatani Kopi Rakyat Di Desa Belantih Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli. Berkala Ilmiah Pertanian. Vol 1. No 3 (2014). Hal 47 – 52.
- Mubyarto, 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Pustaka Lp3es. Jakarta
- Ompusunggu, Marthin Panghutan dan Djawahir, Achmad Helmy. Gaya Hidup dan Fenomena Perilaku Konsumen pada Warung Kopi di Malang. Jurnal Aplikasi Manajemen Vol 12, No 2 (2014). Hal. 188 – 196.
- Paul A, Samuelson.2004.*Mikro Ekonomi*. Erlangga: Jakarta
- Pahlevi, Rico, Zakaria, Wan Abbas dan Kalsum Umi. Analisis Kelayakan Usaha Agroindustri Kopi Luwak Di Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Tengah. JIIA, Vol 2. No 1 (2014). Hal 48 – 55.
- Price, Gittinger.1986.*Analisis Ekonomi Proyek*. Jakarta UI,
- Rahmawati, Ningsih, Endang Surasetyo dan Wida Fadhlia. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak. Jurnal Telaah & Riset Akuntansi Vol 4. No 2 (2011) Hal. 202 – 215.
- Prasodjo, Adi. Gaya Hidup Konsumen Warung Kopi Di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember. Dinamika Global: Rebranding Keunggulan Kompetitif Berbasis Kearifan Lokal (2016). Hal 133 – 143.
- Ridwansyah, 2002.Pengolahan Kopi.
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/776/tekper-ridwansyah4.pdf;jsessionid=A0C8318062526F08F610EAAB7F15D756?sequence=1> (online) diakses 5 Juni 2017
- Reksoprayitno. 2004. *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika.
- Richard G, Lipsey.1997.*Pengantar Mikroekonomi*.Erlangga

- Rustami, Putu, Kirya, I Ketut dan Cipta Wayan. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis. E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen Vol. 2 (2014).
- Soekartawi. 1990. *Teori Ekonomi Produksi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Suhendra, Dori, Nurung, Muhammad dan Reswita. Analisis Pendapatan Usaha Tani Pada Kopi Tradisional Dan Kopi Sambung Di Desa Lubuk Kembang, Kec. Curup Utara, Kab. Rejang Lebong. *Agrisepe* Vol 11, No 1 (2012). Hal 61 – 68.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Andi: Yogyakarta.
- Zulfahri, H,DKK. 2015.Fenomena Warung Kopi (Suatu Penelitian Di Warung Kopi 42 Andalas Kelurahan Paguyuban Kecamatan Kota Tengah Kabupaten Gorontalo). <http://eprint.ung.ac.id/12921//> (online) diakses 10 April 2017, jam 20:56.