Rencana Bisnis Pendirian Kafe Dengan Merek “Nama Café” di Bekasi

Di resume oleh :

1. Hellen Christiana (75160191)
2. Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2020

ABSTRAK

Hellen Christiana / 75160191 / 2020 / Rencana Bisnis Pendirian Kedai Kopi Merek "Nama Café" di Bekasi / Pembimbing Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Nama Café Merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman. Produk yang ditawarkan oleh Nama Café adalah minuman kopi dengan berbagai teknik penyeduhan, teh, soda, dan *smoothies.* Serta berbagai ragam pilihan makanan seperti gorengan, *chicken rice*, dan *waffle*. Lokasi Nama Café terletak di Jalan Wibawa Mukti II, Jati asih, Jati luhur, Bekasi.

Nama Café memiliki visi yaitu "menjadi kafe yang dikenal dan disukai oleh masyarakat luas di Indonesia". Misi dari Nama Café adalah "secara konsisten selalu membuat produk sesuai dengan SOP yang ditetapkan, selalu mengedepankan pelayanan yang sangat baik, ramah, dan profesional pada pelanggan, dan memberikan kualitas produk terbaik dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas".

Produk yang dijual oleh Nama Café adalah makanan dan minuman. Untuk produk kopi dapat disajikan dengan teknik *manual brew* untuk produk V60, *French Press,* Kopi Tubruk, *Vietnam Drip* dan dengan menggunakan mesin espresso untuk produk *Cappuciono* dan *Latte.* Untuk produk minuman teh terdapat empat macam pilihan yaitu Lemon *Tea, Lychee Tea, Fruity Tea,* dan A-Pa *Tea.* Produk *smoothies* terdiri dari *strawberry smoothies, mango smoothies,* dan *watermelon smoothies.* Produk soda terdiri dari 3 macam pilihan.

Untuk dapat bersaing dengan kedai kopi lain, maka strategi pemasaran Nama Café adalah dengan menggunakan periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, dan pemasaran langsung.

Sumber daya manusia adalah hal yang sangat dibutuhkan dalam bisnis ini. Sumber daya manusia yang dibutuhkan Nama Café untuk dapat beroperasi adalah sebanyak 8 orang yang terdiri dari *Manager, barista/waiter,* kasir, dan juru masak. Sumber daya manusia yang akan bekerja adalah orang-orang yang sudah di latih untuk dapat bekerja dengan baik dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Investasi awal yang dibutuhkan Nama Café adalah sebesar Rp 170.805.500 yang digunakan untuk membayar sewa bangunan, renovasi bangunan, membeli peralatan dan perlengkapan kafe. Investasi awal didukung oleh orangtua pemilik usaha.

Kelayakan investasi perlu diketahui untuk berjaga-jaga terhadap kasus finansial perusahaan yang akan terjadi. Analisis kelayakan usaha yang digunakan adalah *payback period* yang diperoleh 9 bulan, *net present value* yang diperoleh dengan nilai positif Rp 2.441.131.477, *profitability index* yang diperoleh sebesar 12,66774516 dan *break event point* yang diperoleh masing-masing tahun dalam periode 5 tahun didapatkan angka positif.

Kata kunci : "Nama Café", kopi.

ABSTRACT

Hellen Christiana / 75160191 / 2020 / *Business Plan for establishment of Nama Café in* Bekasi */ Advisor* Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

*"*Name Café*" Is a business that is engaged in food and beverage. The products offered by* Nama Café *are coffee drinks with various brewing techniques, tea, soda, and smoothies. Also have a variety of food choices such as fried foods, chicken rice, and waffles. Location of "*Nama Café*" is located on* Wibawa Mukti II *street*, Jati asih, Jati luhur, Bekasi.

Nama Café *has a vision of "becoming a cafe that is known and loved by the wider community in Indonesia" The mission of* Name Café *is to "consistently always make products in accordance with established SOPs, always prioritize excellent, friendly, and give a professional service to customers, and provide the best quality products using quality ingredients".*

Products sold by Nama Cafe *are food and beverages. Coffee products can be served with manual brew techniques for V60 products, French Press,* Tubruk *coffee, Vietnam Drips and by using an espresso machine for Cappuccino and Latte products. For tea products, there are four choices, namely Lemon Tea, Lychee Tea, Fruity Tea and A-Pa Tea. Smoothies products consist of strawberry smoothies, mango smoothies, and watermelon smoothies. Soda products consist of 3 kinds of choices.*

To be able to compete with other coffee shop, the marketing strategy for Nama Cafe *is to use advertising, sales promotion, personal selling, and direct marketing.*

Human resources are very much needed in this business. Human resources needed for Nama Cafe *to be used amounts to 8 people consisting of managers, baristas / waiters, cashiers, and cooks. Human resources who will work are people who have been trained to be able to work well and in accordance with predetermined standards.*

The initial investment required for Nama Café *Name is IDR 170,805,500 which is used to pay for building leases, building renovations, purchasing equipment and cafe equipment. Initial investment supported by the business owner.*

The feasibility of investment needs to be questioned to guard against the company's financial cases that will occur. The business feasibility analysis used is the payback period obtained 9 months, the net present value obtained with a positive value of Rp 2.441.131.477, the profitability index obtained by 12,66774516, and the break event point obtained for each year within a 5 year period is obtained positive number.

*Keywords: "*Nama Café*", coffee.*

1. Pendahuluan

Ide Bisnis :

Makanan dan Minuman adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak pernah lekang oleh waktu. Dengan adanya kebutuhan manusia atas konsumsi makanan dan minuman, maka bisnis kuliner adalah salah satu bisnis yang dapat memiliki permintaan terus menerus. Saat ini keinginan manusia senang pergi ke tempat-tempat yang memiliki desain yang bagus dan mencoba makanan atau minuman baru juga salah satu alasan penulis ingin mendirikan usaha bisnis Café.

Visi & Misi :

1) Visi

Visi merupakan rangkaian kalimat dari organisasi atau perusahaan untuk menentukan cita-cita usaha dan menjamin kesuksesan jangka panjang.

Visi dari Nama Cafe adalah :

Menjadi kafe yang dikenal dan disukai oleh masyarakat luas di Bekasi .

2) Misi

Misi ialah cara atau strategi yang disusun untuk mencapai visi.

Misi dari Nama Cafe adalah :

a. Memasarkan Nama Café ke target pasar di daerah Bekasi
b. Menjaga loyalitas konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik
c. Memberikan nilai yang baik di mata konsumen supaya mereka puas terhadap pelayanan dan produk Nama Café

Besarnya Peluang Bisnis :

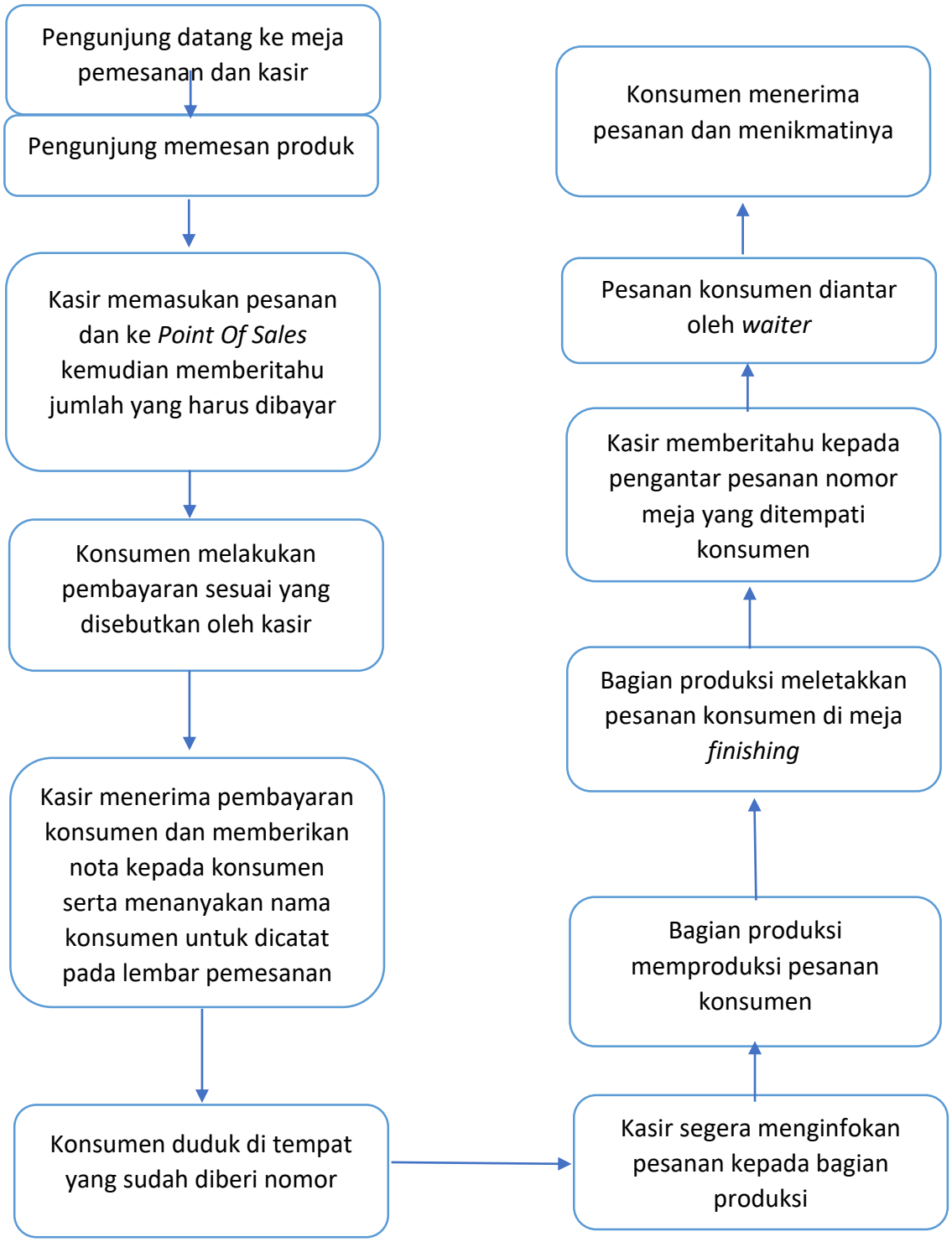
Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa penduduk di kota Bekasi memiliki peningkatan jumlah jiwa yang signifikan dan teratur dari tahun 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, hingga tahun 2020 yang akan mendatang, yang menandakan bahwa jumlah jiwa atau penduduk akan terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu. Dilihat juga dari peningkatan jiwa dari tahun 2019 yaitu 3.013.851.00 jiwa menuju 3.083.644.00 jiwa di tahun 2020 yakni hampir 1 juta jiwa yang bertambah. Dengan adanya peningkatan penduduk yang akan terjadi, menandakan bahwa tingkat konsumsi masyarakat dan tingkat permintaannya terutama atas makanan dan minuman juga akan bertambah sehingga hal ini menjadi peluang yang besar untuk penulis dapat membuat rencana usaha di kota Bekasi dan merealisasikannya.

Besarnya Modal yang Dibutuhkan :

Kebutuhan dana Nama Cafe dalam 1 tahun awal adalah sebesar Rp 209.220.500 dan yang menjadi sumber pendanaan awal adalah berasal dari tabungan pemilik usaha dan sebagian dari pemberian orang tua.

2. Rencana Produk/Jasa, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen
   a. Alur operasi

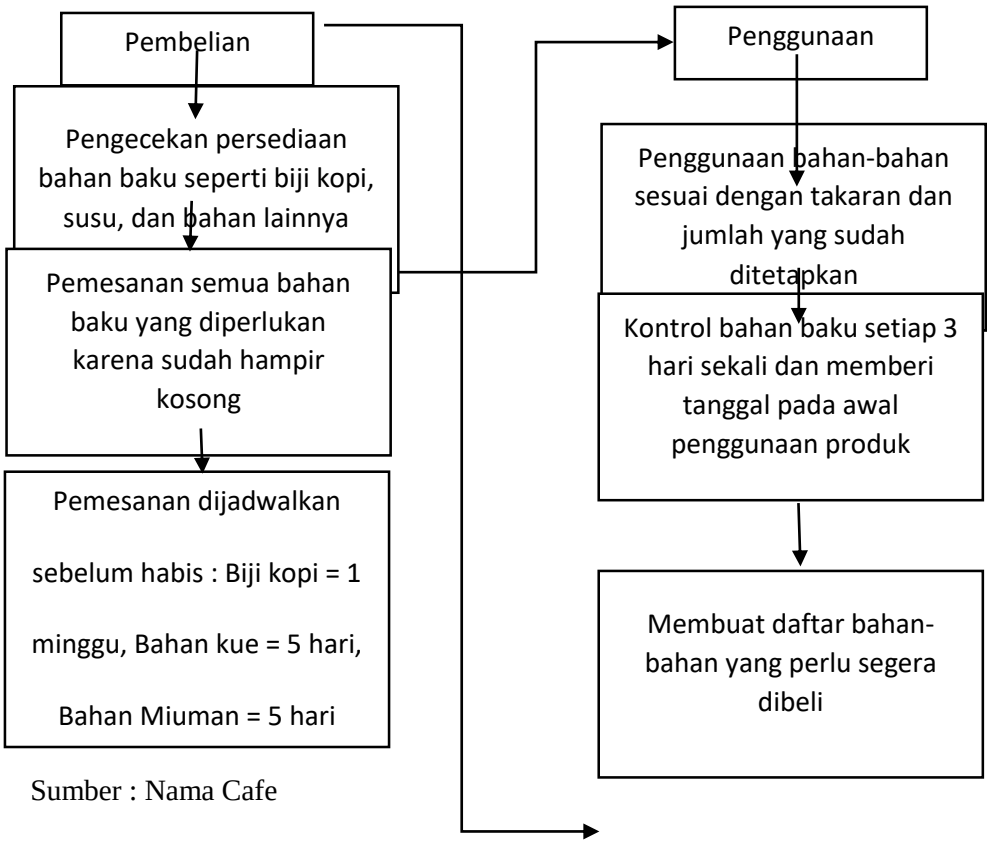
Alur Proses Operasi Untuk *Dine-In*



Sumber : Nama Cafe

B. Alur pembelian dan penggunaan bahan persediaan

Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan



Sumber : Nama Cafe

C. Rencana kebutuhan teknologi dan peralatan usaha

Sebuah usaha yang bergerak dalam memproduksi dan menjual makanan dan minuman membutuhkan teknologi dan peralatan-peralatan usaha yang mutakhir supaya dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional bisnis serta menjaga kenyamanan pengunjung. Berikut kebutuhan teknologi dan peralatan usaha yang digunakan oleh Nama Café :

1. Wi-Fi

   Nama Café menyediakan jaringan Wi-Fi untuk operasional kafé maupun untuk pihak konsumen kafé. Nama café membutuhkan jaringan Wi-Fi untuk menjalankan aplikasi pemutar lagu dari *youtube* atau *spotify*, dan menjalankan sistem POS (*Point of Sale*). Jaringan Wi-Fi untuk konsumen bertujuan untuk memfasilitasi pengunjung yang datang dan menghabiskan waktu di kafé.
2. Tablet Elektronik (Tab)

   Tablet elektronik dibutuhkan untuk operasional kafe yaitu menjalankan aplikasi POS (Point of Sale), aplikasi penjualan lainnya, dan aplikasi untuk memutar lagu. Kebutuhan tablet elektronik untuk usaha sangat dibutuhkan karena akan berdampak pada kelancaran operasional bisnis.
3. AC

   Air conditioner (AC) dibutuhkan dalam ruangan Nama Café supaya setiap orang merasa nyaman saat bekerja maupun bersantai dan menikmati produk makanan dan minuman Nama Cafe.
4. Mesin Espresso

   Mesin espresso yang akan digunakan oleh Nama Café adalah **WPM Kd-135B Semi**. Mesin ini mampu membuat espresso dan *steaming* untuk membuat *foam* pada susu.
5. Timbangan Digital

   Timbangan digital diperlukan untuk proses pembuatan produk supaya takarannya tepat dan menghasilkan rasa yang konsisten.
6. Printer

   Printer diperlukan untuk mencetak struk belanja dan pesanan pelanggan. Printer yang digunakan adalah printer kecil dengan *bluetooth* **(mini thermal printer bluetooth 5805DD)**.

3. Strategi Bisnis

a. Segmentasi

Segmentasi pasar terdiri dari sekelompok pelanggan yang memiliki sekumpulan kebutuhan dan keinginan yang serupa. Apapun skema segmentasi yang digunakan, kuncinya adalah menyesuaikan program pemasaran untuk mengenali perbedaan pelanggan. Variabel segmentasi yang utama adalah segmentasi **geografis, demografis, psikografis, dan perilaku**.

Segmentasi Geografis : Negara ; Indonesia, Provinsi ; Jawa barat, Kota ; Bekasi, Wilayah ; Jatiasih, jatiluhur, Lingkungan ; Perumahan, pertokoan, sekolah

Segmentasi Demograifs : Usia ; 20-34 tahun, Jenis Kealmin ; laki-laki dan perempuan, Agama ; semua agama, Pekerjaan : Karyawan, wirausaha, mahasiswa, pelajar, ibu rumah tangga, Penghasilan ; Minimal Rp 3.000.000, Kelas sosial ; bawah – menengah-atas.

Segmentasi Psikografis : Sifat ; berjiwa muda, impulsif, Gaya hidup ; senang mencoba hal baru

Segmmentasi Perilaku : Status pengguna ; pengguna pertama dan pengguna teratur, status loyalitas ; loyalitas berat dan terbagi.

b. Marketing Mix

Produk :

Produk yang dijual oleh Nama Café adalah minuman dan makanan. Untuk produk minuman terdiri dari kopi *manual brew* dan *machine*, teh, soda, dan *smoothies*. Produk makanan terdiri dari gorengan, nasi ayam, dan *waffle*. *Range* harga yang ditawarkan adalah sekitar Rp 15.000 hingga Rp 30.000.

Harga :

Metode penetapan harga yang digunakan oleh Nama Café adalah strategi penetapan harga berdasarkan *Cost-Based Pricing* dan *Competition-Based Pricing*. Nama Café akan menetapkan biaya berdasarkan biaya produksi dan penambahan tingkat keuntungan yang diinginkan oleh bisnis dan menetapkan harga setara atau lebih dari harga produk pesaing.

Promosi :

Nama Café memasarkan produk dan *brand*-nya dengan cara mengiklankan produk dan *brand* dengan media sosial, kemudian melakukan promosi penjualan produk dengan berbagai cara seperti pemberian diskon membuat paket *bundle* produk, dan *coupon reward*. Selain itu juga dengan *personal selling* dari pemilik usaha, dan

karyawan kafe dan juga pemasaran langsung dari Nama Café pada konsumen untuk menjaga loyalitas konsumen.

Tempat :

Dengan adanya peningkatan penduduk yang akan terjadi, menandakan bahwa tingkat konsumsi masyarakat dan tingkat permintaannya terutama atas makanan dan minuman juga akan bertambah sehingga hal ini menjadi peluang yang besar untuk penulis dapat membuat rencana usaha di kota Bekasi dan merealisasikannya.

c. Rencana Organisasi

Kebutuhan tenaga kerja :

Nama Café membutuhkan 8 orang tenaga kerja yang sudah dibagi berdasarkan divisi yang diperlukan. Tempat usaha bisnis Nama Café tidak begitu besar sehingga tidak memerlukan banyak tenaga kerja dan dapat menghemat biaya. Nama Café membagi dua shift setiap harinya yaitu shift pagi dan shift sore untuk menyesuaikan jam kerja dengan kebijakan pemerintah Indonesia yang telah ditetapkan mengenai jam kerja.

Kompensasi :

Gaji Karyawan Nama Café Setiap Bulan (Rupiah)

Jabatan	Jumlah Karyawan	Jumlah Gaji / Orang	Jumlah Gaji/Bulan
Manager	1	5.500.000	5.500.000
Barista	4	5.000.000	20.000.000
Juru Masak	2	4.500.000	9.000.000
Kasir	1	4.500.000	4.500.000
Total	8		39.000.000

Sumber : Nama Cafe

Dilihat dari tabel di atas bahwa gaji manager lebih besar daripada karyawan lainnya yaitu barista, juru masak, dan kasir karena mananger memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam pekerjaannya disbanding karyawan lainnya.

d. Rencana Keuangan

Perencanaan keuangan dilakukan supaya dapat memperkirakan bagaimana posisi perusahaan dimasa mendatang, terutama perkiraan tentang berapa banyak pendanaan yang harus tersedia untuk menopang jalannya usaha. Pemilihan sumber dana juga berpengaruh pada jalannya bisnis untuk dapat melakukan perencanaan keuangan kedepannya, dan tidak menimbulkan kesulitas likuiditas bagi proyek bisnis.

Nama Café menggunakan model sendiri yang berasal dari tabungan pribadi dan tabungan milik keluarga pemilik seperti yang telah dijelaskan pada Bab I. Adapun rencana penggunaan modal akan dijabarkan pada tabel berikut :

Tabel 7.1
Rencana Penggunaan Dana Nama Café (Rupiah)

Keterangan	Harga (Rp)
Kas Awal	10.000.000
Biaya Bahan Baku 2021	69.356.000
Biaya Perlengkapan	3.983.500
Biaya Peralatan	29.356.000
Biaya Sewa	50.000.000
Biaya Renovasi	8.110.000
Biaya Peralatan	29.356.000
Biaya Pemasaran	8.959.000
Biaya Lain-lain	100.000
TOTAL	209.220.500

Sumber : Tabel 1.1

e. Pengandalian resiko

Resiko usaha bisa saja terjadi terutama pada bisnis yang baru berjalan dan membuat bisnis tersebut menjadi sulit dan operasionalnya terhambat oleh resiko – resiko yang muncul. Nama Café menganalisis beberapa resiko yang dapat muncul ketika bisnis berjalan yaitu sebagai berikut :

1. Fluktuasi Harga Bahan Baku

   Keadaan ekonomi yang terjadi di Negara Indonesia tidaklah monoton, terkadang bisa terjadi kenaikan harga atau inflasi karena beberapa faktor, ataupun bisa terjadi penurunan harga. Karena ekonomi yang tidak menentu, maka dapat mempengaruhi harga bahan baku produk dan harga pokok produk sehingga harus membuat perhitungan ulang atau membuat strategi untuk menutupi kerugian yang mungkin akan terjadi.

2. Sumber Daya Manusia

   Terlepas dari keterampilan yang dimiliki, manusia memiliki sifat dan keinginan dalam dirinya masing-masing yang tidak bisa di atur oleh orang lain. Sementara sumber daya manusia sangat penting bagi operasional usaha nama Kafe. Dalam berjalannya usaha mungkin dapat terjadi hal-hal yang tidak diinginkan oleh pemilik bisnis yaitu sumber daya manusia yang bekerja merasa tidak nyaman bekerja atau memiliki kepentingan lain yang mendadak dan mendesak hingga menyatakan ingin

mengundurkan diri, atau mengalami kecelakaan kerja, dan hal-hal yang mungkin terjadi lainnya.

3. Ancaman Pesaing Baru

   Produk yang dijual oleh Nama Café adalah produk yang mudah ditiru oleh orang-orang sehingga menimbulkan peluang atau munculnya ide bisnis baru bagi orang lain. Hal ini membuat Nama Café memiliki ancaman terhadap munculnya pesaing baru yang lebih kompetitif terhadap harga, produk, maupun desain tempat.

4. Selera Masyarakat Berubah

   Gaya hidup masyarakat seringkali berubah-ubah mengikuti *trend* yang sedang terjadi di kehidupan sosial dan penyebarannya cukup cepat dengan adanya media sosial. Dengan berubahnya selera masyarakat maka menjadi resiko usaha Nama Café karena harus menyesuaikan dengan selera dan *trend* terbaru yang sedang terjadi supaya tetap diminati oleh masyarakat.

Antisipasi Resiko Usaha

Dengan adanya beberapa resiko usaha yang dapat muncul, pemilik usaha harus merencanakan antisipasi terhadap resiko – resiko tersebut supaya tidak kaget dalam menghadapi siatuasi tersebut dan dapat menangani dengan baik segala resiko yang muncul.

1. Antisipasi Fluktuasi Harga

   Antisipasi terhadap harga bahan baku yang tidak menentu dapat dilakukan dengan membuat strategi – strategi bisnis terutama pada bagian keuangan dan promosi penjualan supaya tetap sinkron dengan keuntungan dari pendapatan penjualan sehari-hari, atau paling tidak jangan sampai menimbulkan kerugian.

2. Antisipasi Sumber Daya Manusia

   Antisipasi untuk sumberdaya manusia adalah dengan membuat jalur komunikasi sebaik mungkin, bisa dengan membuat kelompok (*group*) pada jaringan komunikasi, dan sering berkomunikasi dengan sumber daya manusia yang ada supaya tetap berjalan dengan lancar. Kemudian merencanakan kegiatan-kegiatan yang dapat memper-erat kebersamaan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan terjadi antar sumber daya manusia.

3. Antisipasi Ancaman Pesaing Baru

   Antisipasi untuk kemunculan pesaing baru adalah dengan mempertahankan dan atau meningkatkan hal-hal yang menjadi kekuatan Nama Café seperti pelayanan dari SDM yang ramah dan professional serta pemberian promosi penjualan yang menarik supaya pelanggan tetap berminat dengan produk maupun tempat Nama Café.

4. Antisipasi Perubahan Selera Masyarakat

   Perubahan selera masyarakat sama dengan mengikuti *trend* yang sedang terjadi, maka Nama Café dapat mengantisipasinya dengan terus mengikuti *trend* yang terjadi dengan memantau lewat media sosial seperti *Instagram* dan *facebook*, supaya terus ter-*update* mengenai informasi yang terbaru setiap saat. Dengan mengikuti *trend* yang terjadi terus menerus maka Nama Café dapat menyeimbangkan penjualan atau produk dengan selera masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

David, Fred R. (2016), *Manajemen Strategik – Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing,* Edisi 15, Jakarta, Salemba Empat

Dessler, Gary. (2011), *Human Resource Management*, Edisi 13, New Jersey : Pearson.

Gitman, Lawrence J. dan Chad J. Zutter. (2012), *Principles of Managerial Finance,* Edisi 13, Global Edition, London : Pearson

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016), *Principles of Marketing*, Edisi 15, Global Edition, New Jersey : Pearson

Kotler, Philip dan Kevin Lane. (2008), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta, Penerbit Erlangga

Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge. (2015), *Perilaku Organisasi*, Edisi 16, Jakarta, Penerbit Salemba Empat