RENCANA PENDIRIAN USAHA K-POP CAFÉ OMONA DI GADING SERPONG

Lauren Apriliani

Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta Utara

Dosen pembimbing :

Muhammad Fuad,S.E,M.P

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta Utara

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

ABSTRAK

Lauren Apriliani / 77160021 / 2020 / Rencana Pendirian Usaha K-POP Café OMONA di Gading Serpong / Pembimbing Muhammad Fuad, S.E., M.P.

Café OMONA merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner yang menjual makanan dan minuman Korea dan juga *western*. Café OMONA memadukan café pada umumnya dengan tema K-POP untuk menarik perhatian calon pelanggan. Peluang bisnis café ini sangat besar berdasarkan data yang diperoleh melalui data konsumsi nasional dari tahun 2016 sampai 2019 yang selalu mengalami peningkatan

Café OMONA akan didirikan pada tahun 2021 di Gading Serpong. Alasan utama café ini didirikan yaitu ingin mempertemukan dan memperluas jaringan para pecinta K-POP dan juga kopi. Café OMONA termasuk usaha menengah.

Café OMONA melakukan analisis pesaing dengan beberapa metode dan hasilnya café OMONA lebih unggul dibandingkan pesaingnya yaitu Kopi Tama dan café 316 yang jaraknya tidak jauh dari café OMONA didirikan. Café OMONA unggul dalam hal lokasi, varians menu, fasilitas dan harga yang ditawarkan.

Café OMONA menyediakan beberapa jenis makanan dan minuman Korea dan *Western*. Café OMONA akan menggunakan beberapa strategi untuk mampu bersaing dengan pesaingnya dengan melakukan strategi pemasaran yang menarik perhatian pelanggan seperti promo diskon, *personal selling*, dsb sebagai salah satu strategi promosi.

Café OMONA yang bergerak dalam bidang kuliner pasti memiliki proses operasi dalam menjalankan bisnisnya serta memiliki kerjasama dengan beberapa pemasok untuk memasukkan bahan baku. Café OMONA membuat jadwal kegiatan operasional sebelum membuka café.

Sumber daya manusia sangat penting untuk setiap bisnis. Café OMONA mempekerjakan karyawan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan sehingga dilakukan penyeleksian yang baik dan menjelaskan apa saja yang perlu dikerjakan. Karyawan sudah bekerja keras untuk membantu kegiatan operasional sehingga café OMONA memberikan gaji yang setimpal dengan apa yang sudah mereka lakukan.

Rencana keuangan penting dilakukan untuk memperkirakan pengeluaran dan laba atau rugi yang akan diperoleh oleh café OMONA. Sehingga, café OMONA melakukan pengujian kelayakan usaha dan investasi dengan menggunakan beberapa metode analisis kelayakan usaha dan investasi dan hasilnya positif yang berarti café OMONA layak untuk dijalankan sebagai sebuah usaha yang akan membawa keuntungan kedepannya.

Resiko usaha sudah menjadi bagian dalam perjalanan suatu bisnis sehingga café OMONA juga akan menghadapi beberapa resiko. Sebelum resiko itu datang ada baiknya untuk merencanakan apa yang harus dilakukan untuk mengantisipasi resiko tersebut. Maka dari itu, café OMONA memperkirakan resiko apa yang akan dihadapinya dan merencanakan bagaimana cara untuk mengantisipasinya.

Kata kunci : “café OMONA”, kopi dan K-POP.

ABSTRACT

Lauren Apriliani / 77160021 / Business Plan for Establishing *OMONA K-POP café* at Gading Serpong */ Lecturer Muhammad Fuad, S.E, M.P.*

OMONA café *is a business that operate in culinary business that sold food and beverages with Korean and Western style. Café OMONA blends in café as a common with K-POP themes to attractive the customers. The opportunities for this business have a big result based on national consumption on coffee from 2016 until 2019 which always increased every year*

OMONA café *will be established in 2021 at* Gading Serpong. *The main reasons from owner want to build this café are because the owner want to bring together and expand the network for the one who love to enjoy the coffee and the one who love to K-POP industry.* OMONA café *is a business in middle business category.*

OMONA café *did some analysis on competitors with using some methods and the result is* OMONA café *more better than its competitors such as* Kopi Tama *and* café 316 *which is located not far from* OMONA café. OMONA café *much better in location, menu variances, facilities and the price which is offered.*

OMONA café *sold some Korean and Western food and also the beverages.* OMONA café *will uses many strategies to compete with its competitor such as discount, personal selling, etc as one of the activities to promote the café.*

OMONA café *that operates in culinary business absolutely has the operational process to operate the business and also has many networks to being cooperated with suppliers to provides the food and beverages supply.* OMONA café *has a timeline before its open.*

Human resources are important for all business so OMONA café *employ the workers which is suitable for what is needed.* OMONA café *will give every workers their wages as a sign of thanks to work and help what the café needed.*

The planning for finances are important to do so OMONA café *did some tested on feasibility and investment of* OMONA café *with some methods and the results are positive which means* OMONA café *is worthy to open as a business.*

Every business have its own risk and also OMONA café *has its own risk. Before the risk happened, it's good to have a plan what to do to face the risk. So,* OMONA café *already estimated which risks are going to be faced and already make a plan to anticipate the risks.*

*Keywords : "*OMONA café*", coffee and K-POP.*

PENDAHULUAN

Konsep Bisnis

Konsep bisnis café OMONA berawal dari gencarnya trend di kalangan masyarakat yang tertarik dengan kopi sekaligus dunia K-POP sehingga café OMONA memiliki perpaduan antara café yang ada saat ini dengan hal-hal yang berbau K-POP. Café OMONA di design dengan hal-hal yang berhubungan dengan K-POP seperti wallpaper, merchandise dan design tempat makan yang berhubungan dengan K-POP untuk menarik perhatian masyarakat.

Visi dan Misi

a. Visi

Visi café OMONA adalah menjadi K-POP café terkemuka yang memiliki kualitas produk dan pelayanan yang tinggi

b. Misi

Misi café OMONA adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada customer dan supplier
2. Menyediakan tempat yang nyaman untuk customer
3. Menyediakan fasilitas yang diinginkan oleh customer
4. Memberikan produk yang berkualitas

Peluang Bisnis

Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian (Kementan) menyebutkan bahwa sampai 2016 konsumsi kopi nasional sekitar 250.000 ton. Lebih tepatnya naik 10,54 persen secara tahunan. Dari data itu artinya konsumsi kopi di Indonesia ini terus meningkat. Diperkirakan konsumsi kopi sepanjang tahun 2016 – 2021 tumbuh rata-rata 8,22 persen per tahun. Sehingga dari data tersebut bisa disimpulkan bahwa peluang bisnis untuk café OMONA sangat besar.

Kebutuhan Dana

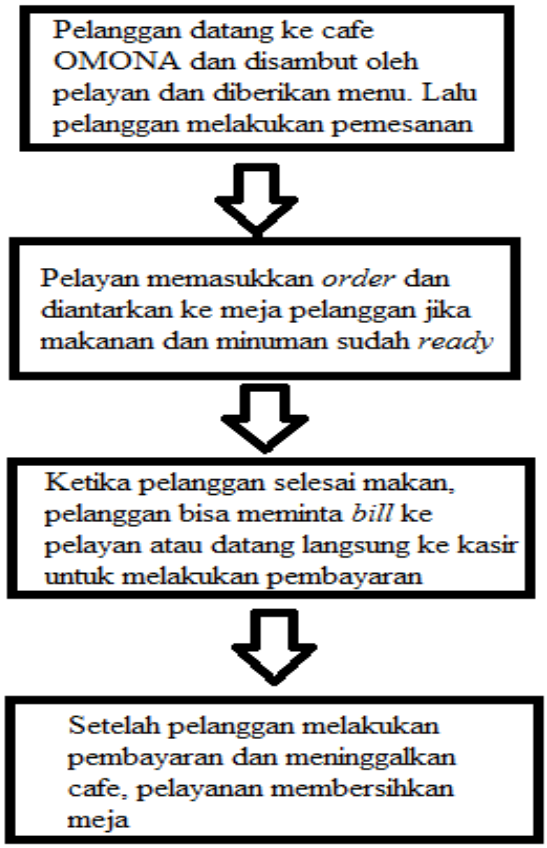
Café OMONA menggunakan dana pribadi yaitu yang berasal dari orangtua untuk memulai bisnisnya. Dana yang dibutuhkan oleh café OMONA adalah sebesar Rp 282.547.000,-

RENCANA PRODUK, KEBUTUHAN OPERASIONAL, dan MANAJEMEN

A. Rencana Alur Produk

Rencana alur produk atau jasa adalah sebuah kegiatan atau tahapan bagaimana cara menghasilkan produk atau jasa tersebut. Dalam hal ini, café OMONA mengolah bahan baku menjadi sebuah hidangan baik makanan maupun minuman.

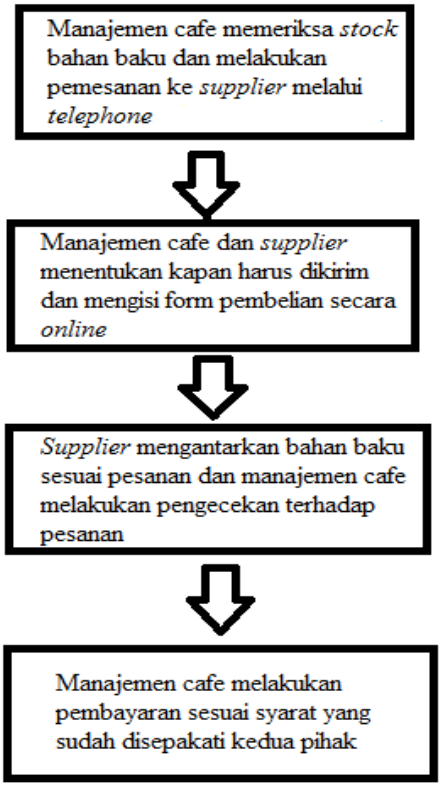
Rencana Alur Produk dan Jasa café OMONA



B. Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Tersedia

Pembeliaan bahan persediaan untuk makanan dan minuman untuk keperluan café sangat penting dan dilanjutkan dengan penggunaan bahan itu.

Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan



C. Rencana Kebutuhan Teknologi Dan Peralatan Usaha

Maraknya perkembangan dan penggunakan teknologi, sudah pasti sangat mempengaruhi kegiatan kita sehari-hari, terutama dalam menjalankan bisnis, teknologi merupakan hal yang utama dan penting dalam membantu kegiatan kita. Penggunaan teknologi ini akan sangat membantu dalam kegiatan operasi bisnis yang kita jalani. Maka dari itu, café OMONA akan menggunakan teknologi, berikut merupakan teknologi dan peralatan yang akan digunakan :

1. *Display cooler*
2. Mesin kasir
3. *Chiller*
4. Projektor
5. Wi-fi
6. CCTV
7. *Air conditioner*
8. *Mobile phone*

STRATEGI BISNIS

1. Segementasi pasar

a. Segmentasi geografis

Segmentasi yang ditetapkan oleh café OMONA merupakan masyarakat yang berdomisili daerah Gading Serpong, Tangerang Selatan dengan lingkungan sekitarnya yaitu universitas, perumahan, perkantoran, dan juga sekolah.

b. Segmentasi demografis

Café OMONA memfokuskan segmentasinya untuk remaja dan dewasa yang dimulai dari usia 10 sampai 40 tahun keatas dan menargetkan konsumen dengan tingkat pendapatan kelas menengah sampai menengah keatas.

2. Positioning

Café OMONA memposisikan dirinya sebagai café yang modern yang memiliki fasilitas yang mendukung, suasa tempat yang nyaman, makanan dan minuman yang sesuai temanya, serta pelayanan yang berkualitas baik.

3. Marketing Mix

a. Produk :

Produk yang dijual merupakan perpaduan antara makanan Korea dan makanan western, seperti omona ramyeon, kimchi fried rice, chicken katsu rice, bulgogi rice, dan sebagainya. Produk minuman yang ditawarkan seperti latte, espresso, cappucinno, Americano, dan sebagainya.

b. Price :

Harga yang ditawarkan untuk tiap menu juga bervariasi dengan range harga berkisar dari Rp10.000 sampai Rp45.000.

c. Place :

Café OMONA akan beroperasi di Ruko Beryl, Gading Serpong, Tangerang Selatan

d. Promotion :

Promosi yang dilakukan oleh café OMONA menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, Zomato. Selain media sosial, café OMONA juga akan melakukan promosi dengan personal selling dan advertising.

RENCANA ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA

A. Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja

Café OMONA akan beroperasi dengan 8 orang pekerja yang terdiri dari manajer operasional, manajer keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi. Café OMONA akan menggunakan sistem shift untuk pekerjanya sehingga terdapat dua shift yaitu shift pagi (jam 08.00-16.00) dan shift sore (15.00-23.00).

B. Rencana Kompensasi Pegawai

Café OMONA akan memberikan gaji sebagai tanda terimakasih karena telah bekerja, demikian gaji yang akan diberikan :

1. Manajer Rp5.000.000
2. Manajer Keuangan Rp4.800.000
3. Pemasaran Rp4.300.000
4. Produksi Rp4.300.000

RENCANA KEUANGAN

Café OMONA melakukan analisis keuangan dengan beberapa metode sebelum membuka usahanya. Metode yang digunakan terdapat tiga cara, yaitu dengan payback periode, café OMONA mampu memulihkan investasi proyeknya dalam waktu 1 tahun 10 bulan. Melalui NPV, café OMONA memiliki NPV sebesar Rp44.556.743. Melalui profitability index, café OMONA memiliki PI sebesar 1,3004 yang dikatakan layak.

A. Analisis Resiko Usaha

Resiko yang paling mungkin muncul dalam usaha “DIY”” adalah sebagai berikut :

1. Munculnya pesaing baru

   Dalam menjalankan sebuah usaha tidak akan jauh dari yang namanya pesaing baik pesaing lama maupun pesaing baru. Bisnis café sangat diminati oleh banyak calon pengusaha saat ini karena bisnis ini bertumbuh dengan sangat pesat sehingga banyak dilirik oleh pemilik modal dan beresiko akan semakin menjamurnya bisnis café yang unik di kota-kota besar maupun kota-kota kecil.

2. Perubahan harga bahan baku

   Perubahan harga bahan baku menjadi salah satu resiko usaha. Hal ini dipicu oleh keadaan ekonomi secara nasional. Perubahan harga bahan baku akan menjadi resiko usaha jika adanya kenaikan akan harga bahan baku yang diakibatkan oleh inflasi atau beberapa faktor lainnya. Perubahan harga bahan baku akan berdampak pada harga pokok produksi sehingga menyebabkan pada kerugian atau keuntungan yang tipis.

3. Selera masyarakat yang selalu berubah

   Trend menjadi salah satu pemicu perubahan gaya hidup manusia. Perubahan gaya hidup ini menjadikan selera masyarakat yang selalu berubah. Selera masyarakat yang selalu berubah menjadi hal yang negatif jika sering terjadi sehingga café OMONA harus terus mengikuti perubahan selera masyarakat sesuai dengan trend yang sedang booming.

B. Antisipasi Resiko Usaha

1. Munculnya pesaing baru

   Munculnya pesaing baru sudah tidak asing bagi pemilik usaha dalam menjalankannya. Resiko ini bisa diantisipasi dengan tetap menjaga kualitas produk yang ditawarkan, meningkatkan pelayanan serta melakukan inovasi yang mengikuti trend atau sesuai dengan keinginan masyarakat. Selain itu juga bisa dilakukan dengan inovasi promosi yang menarik untuk menarik perhatian pelanggan.

2. Perubahan harga bahan baku

   Perubahan harga bahan baku bisa diantisipasi dengan melakukan budgeting yang baik agar tidak ada pengeluaran sia-sia sehingga saat adanya perubahan harga tetap ada simpanan yang dapat digunakan untuk membeli bahan baku. Sehingga, bagian keuangan harus mengatur keuangan dengan baik untuk tetap menjalankan kegiatan operasional dengan baik walaupun harga bahan baku berubah.

3. Selera masyarakat yang berubah

   Resiko terhadap selera masyarakat yang berubah bisa diantisipasi dengan terus mengikuti trend sehingga café OMONA mampu melakukan inovasi baik inovasi dalam produk maupun pelayanan agar masyarakat tetap setia untuk datang ke café OMONA. Trend yang sedang booming dapat diketahui melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku Teks :

David, Fred R. dan Forest R. David (2016), Manajemen Strategik : *Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*, Edisi 15, Terjemahan oleh Novita Puspasari dan Liza N. Puspitasari, Jakarta : Salemba Empat.

Desler, Gary (2011), *Human Resource Management*, Edisi 13, New Jersey, Pearson

Gitman, Lawrence J. dan Chad J. Zutter (2014), *Principles of Managerial Finance*, Edisi 14, Global Edition, London : Pearson

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2016), *Principle of Marketing*, Edisi 16, Global Edition, London : Pearson

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15, Global Edition, London : Pearson

Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge (2017), *Organizational Behavior*, Edisi 17, Global Edition, London : Pearson

Sumber Website :

Tribunnews.com, Konsumsi Kopi Nasional, diakses 15 November 2019

https://manado.tribunnews.com

databoks.com, Konsumsi Kopi Nasional 2016-2021, diakses 15 November 2019

https://databoks.katadata.co.id/datapublish