



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA

KAFE “PURE COFFEE”

DI KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Divesh Gope Bakhtani

Dibimbing oleh Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

diveshbakhtani@gmail.com

ABSTRAK

Divesh Gope Bakhtani / 76170462 / 2021 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Café Pure Coffee Di Kelapa Gading, Jakarta Utara / Pembimbing Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

“PURE Coffee” merupakan bisnis yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Produk yang ditawarkan oleh “PURE Coffee” adalah kopi yang terbuat dari biji kopi dari berbagai daerah di Indonesia dengan teknik penyeduhan *Manual Brew*, *Lite Bites* serta lini produk kopi lainnya. “PURE Coffee” terletak di Mall Kelapa Gading 3, Lantai 3, Food Temptation, Jl. Kelapa Gading Boulevard, Kelapa Gading, Jakarta.

“PURE Coffee” memiliki visi yaitu “Menjadi kafe penjual kopi yang dikenal luas di Indonesia”. Misi dari “PURE Coffee” yaitu “Menyediakan produk minuman kopi dengan kualitas dan kebersihan yang baik dan terjaga. Selalu memberikan pelayanan atau service yang terbaik kepada konsumen. Selalu menjaga kebersihan dan kenyamanan dari outlet. Menjunjung tinggi kejujuran dan etika dalam bekerja.”

Produk yang ditawarkan oleh “PURE Coffee” yaitu kopi dari berbagai daerah di Indonesia, minuman tanpa kafein seperti teh dan air mineral, dan *Lite Bites*.

Agar dapat bersaing dengan kompetitor maka “PURE Coffee” menggunakan berbagai strategi promosi. Strategi yang digunakan sehubungan dengan membuka kafe kopi, yaitu dengan pemasaran “*direct marketing*” dengan promo-promo dan meluncurkan produk terbaru dalam tenggang waktu tertentu.

Sumber daya manusia yang digunakan oleh “PURE Coffee” berjumlah 5 orang, terdiri dari posisi *manager*, *barista*, dan kasir

Investasi awal yang dibutuhkan “PURE Coffee” adalah sebesar Rp 151.346.000 yang digunakan untuk menyewa, renovasi, membeli perlengkapan, peralatan, serta bahan baku. Investasi awal ini didukung oleh pemilik usaha.

Analisis kelayakan suatu bisnis merupakan hal penting yang harus dipertimbangkan sebelum membuka suatu usaha atau bisnis. Analisis yang digunakan oleh “PURE Coffee” yaitu, *Break Even Point* yang selalu positif setiap tahunnya selama 5 tahun, *Net Present Value* yang lebih besar dari 0 yaitu sebesar Rp 544.865.800, *Profitability Index* diatas 1 yaitu sebesar 5,60, serta *Payback Period* yang dicapai kurang dari 5 tahun yaitu dalam 1 tahun 7 bulan 13 hari

Kata kunci : Kafe Kopi, *Grab and Go*, “PURE Coffee”



I. Pendahuluan

Konsep Bisnis

Ide pembuatan bisnis PURE Coffee terinspirasi dari tren minuman kopi yang sedang terus menerus meningkat, serta luasnya kegunaan atau manfaat dari tanaman kopi, baik yang sudah banyak dimanfaatkan seperti minuman kopi, maupun yang belum terlalu dimanfaatkan seperti produk olahan dari ampas kopi. Selain itu, alasan mengapa PURE Coffee dibuka di daerah Kelapa Gading adalah karena jumlah penduduk di kawasan DKI Jakarta diperkirakan akan menyentuh angka hingga 10 juta jiwa pada tahun 2021, yang berarti pasar dari PURE Coffee dapat dikatakan cukup besar dan berpotensi.

Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Visi dari PURE Coffee adalah Menjadi kafe penjual kopi yang dikenal luas di Indonesia

b. Misi

1. Menyediakan produk minuman kopi dengan kualitas dan cita rasa yang baik dan terjaga.
2. Selalu memberikan pelayanan atau service yang terbaik kepada konsumen.
3. Selalu menjaga kebersihan dan kenyamanan dari outlet.
4. Menjunjung tinggi kejujuran dan etika dalam bekerja.

Peluang Bisnis

Kelapa Gading bisa disimpulkan sebagai daerah lifestyle dan kenikmatan untuk DKI Jakarta dengan pendapatan pribadi yang tinggi, data dari situs web restoran dan lifestyle “Zomato”, data di bulan Oktober 2020 ada sekitar 1271 Restoran di Kelapa Gading, yaitu konsentrasi pusat kafe dan restoran terbesar di DKI Jakarta, yang bisa menjadi unggulan kami berdasarkan lokasi, atau bisa jadi kelemahan kami karena adanya banyak pesaing yang dekat lokasi kami.

Kebutuhan Dana

Untuk Kebutuhan dana yang diperlukan penulis memperkirakan bahwa kebutuhan dana untuk membangun usaha PURE Coffee ini memerlukan sekitar Rp 151.346.000. Modal ini diperoleh dari dana pribadi penulis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



II. Rencana Produk/Jasa, Kebutuhan Operasional dan Manajemen

Rencana Operasi Pembukaan PURE Coffee

No	Kegiatan	Rencana Operasi															
		Jan-21				Feb-21				Mar-21				Apr-21			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Melakukan Survei Pasar	X															
2	Melakukan Survei Pesaing	X															
3	Melakukan Survey Lokasi		X														
4	Melakukan Survei Pemasok			X													
5	Pendaftaran NPWP				X												
6	Pendaftaran SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)					X	X										
7	Membeli Peralatan dan Perlengkapan							X	X								
8	Men-design Layout toko								X	X							
9	Merekrut dan Melatih Tenaga Kerja									X							
10	Pembelian Bahan Baku									X							
11	Melakukan Promosi										X	X	X				
12	Pembukaan Toko													X	X	X	X

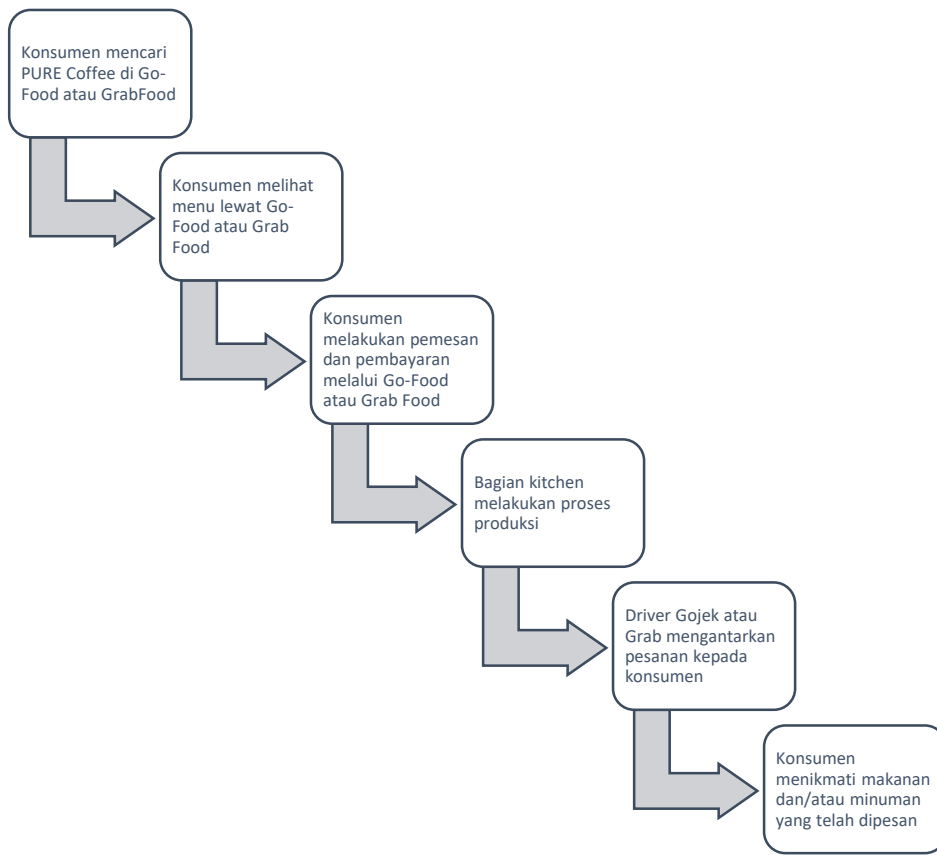
Sumber: PURE Coffee

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Alur Proses Pemesanan PURE Coffee via Aplikasi Online



Sumber: PURE Coffee

Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Pada era globalisasi, setiap bisnis dituntut untuk menggunakan teknologi yang ada untuk menjalankan bisnis mereka. Semakin maju teknologi yang digunakan, semakin efisien dan efektif pula proses bisnis yang bisa dijalankan di usaha tersebut. Berikut adalah teknologi yang dipakai di PURE Coffee.

Nama	Keterangan
Mesin Kasir	Mesin Kasir digunakan untuk mempermudah proses pembayaran. Juga untuk mempermudah proses pencatatan.
Smartphone	Smartphone digunakan oleh PURE Coffee untuk melakukan proses promosi di media seperti di Instagram, Facebook, Twitter, dll.
Mesin Espresso	Mesin Espresso digunakan untuk memproses bahan baku yaitu bubuk kopi menjadi minuman kopi siap saji
Grinder Kopi	Grinder Kopi otomatis digunakan untuk mempermudah dan mempercepat proses penggilingan biji kopi menjadi biji kopi bubuk.

Sumber: PURE Coffee

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Rencana Kebutuhan Peralatan dan Perlengkapan

Perhitungan biaya penyusutan peralatan PURE Coffee menggunakan metode garis lurus dengan umur ekonomis selama 5 tahun tanpa nilai sisa. Penyusutan ini diasumsikan setiap periode adalah sama. Berikut biaya penyusutan peralatan PURE Coffee:

No	Nama Peralatan	Rp
1	Printers	2.000.000
2	Manual Brew Equipment	500.000
3	Bialetti - Espresso Machine Mokissima	5.000.000
4	Coffee Grinder Automatic	2.000.000
5	Coffee Grinder Manual	500.000
6	Bruer Slow Drip Cold Brew	1.500.000
7	Chemex - Classic Series Wood	650.000
8	Vietnam Drip x2	500.000
9	Hario Syphon Technica TCA-3 x2	3.400.000
10	Yami Drip Kettle 360cc x 2	1.000.000
11	Jigger Set x3	300.000
12	Special Glasses, Beakers and Cups	1.000.000
13	Brewista Smart Scale	1.500.000
14	Measuring Scale x2	300.000
15	Thermometers x 5	500.000
16	Shot Glass for Espresso x 3	100.000
17	Shaker	100.000
18	Bialetti - Milk Pitcher Stainless	529.000
19	Computers & Technology	13.000.000
20	Air Fryer	2.500.000
21	Tasting Spoons and others	250.000
22	Booth	10.000.000
Total Purchase		47.129.000

Sumber: Otten Coffee, Indotara, dan supplier lain

Perlengkapan adalah suatu penunjang dalam kegiatan operasional yang habis pakai, yaitu barang yang akan habis setelah digunakan. Perlengkapan ini diasumsikan naik sebesar 3,5% setiap tahunnya mengikuti besaran nilai inflasi.

Nama	Oty	Harga	Total
Kertas EDC	10	7.000	70.000
Kantong Plastik (Takeaway)	5 Pack (isi 100)	15.000	75.000
Cups Plastik	1000	400	400.000
Lids (Untuk Panas)	500	200	100.000
Cup Holder (Untuk Panas)	800	300	240.000
Stirrer	500	50	25.000

Sumber: Sinar Horeca, Sukanda Djaya

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Rencana Kebutuhan Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan yang digunakan dalam membuat produk minuman yang dihidangkan oleh PURE Coffee. Biaya bahan baku diasumsikan naik sebesar 3,5% setiap tahunnya mengikuti besaran nilai inflasi. Berikut adalah rincian bahan baku yang digunakan PURE Coffee. Bahan baku akan dipesan setiap bulan, agar tidak menumpuk atau expire.

Nama Bahan Baku PURE Coffee	Qty	Jenis	Harga Satuan	Total
Biji Kopi Arabica	10	kg	280.000	2.800.000
Manual Brew Kopi Impor	10	Pack	150.000	1.500.000
Brown Sugar	10	kg	38.000	380.000
Susu Fresh milk Diamond	24	pack	15.000	360.000
Bubuk The Black Tea	10	kg	27.000	270.000
Lychee Kaleng	4	pack	24.000	96.000
Bubuk Lemon tea	12	kg	44.000	528.000
Frozen French Fries	12	pack	21.500	258.000
Frozen Onion Rings	15	pack	13.000	195.000
Donut Tepung (Sudah digoreng)	50	pcs	5.500	275.000
Muffin (Dari Supplier lain)	50	pcs	5.500	275.000
Total				6.937.000

Sumber: Otten Coffee, Anomali, Sukanda Djaya.

III. Strategi Bisnis

Pemasaran

Segmentasi

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis mengambil target pasar di provinsi DKI Jakarta dan sekitarnya serta akan memanfaatkan salah satu kopi trendy yaitu Kopi Susu. PURE Coffee akan memanfaatkan tren ini untuk memperkenalkan produk kami.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis bisnis PURE Coffee akan mengambil target pasar dengan rentang usia 17-40 tahun, yang memiliki gaya hidup cepat dan suka takeaway makanan atau pesan ramai-ramai, jenis kelamin laki-laki dan perempuan, penghasilan diatas tiga juta rupiah perbulan, pekerjaan sebagai karyawan kantor, mahasiswa, wirausaha, atau ibu rumah tangga, pendidikan minimal SMA, dengan latar belakang semua ras dan agama yang ada di Indonesia, generasi milenial dan generasi 90-an, kebangsaan Indonesia maupun wisatawan asing, serta berasal dari kelas sosial menengah manapun.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis yang menjadi target pasar PURE Coffee adalah konsumen yang minat membeli kopi karena harga yang kompetitif, produk yang berkualitas dan memiliki lokasi dekat dengan tempat tinggal atau tempat kerja.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Promotion

Mengambil target pasar di provinsi DKI Jakarta dan sekitarnya serta akan memanfaatkan salah satu kopi trendy yaitu Kopi Susu. Segmentasi demografis bisnis PURE Coffee akan mengambil target pasar dengan rentang usia 17-40 tahun, yang memiliki gaya hidup cepat dan suka takeaway makanan atau pesan rame-rame sekantor, jenis kelamin laki-laki dan perempuan, penghasilan diatas tiga juta rupiah perbulan, pekerjaan sebagai karyawan kantor, mahasiswa, wirausaha, atau ibu rumah tangga, pendidikan minimal SMA, dengan latar belakang semua ras dan agama yang ada di Indonesia, generasi milenial dan generasi 90-an, kebangsaan Indonesia maupun wisatawan asing, serta berasal dari kelas sosial menengah manapun.

Penetapan Harga

PURE Coffee berencana untuk menggunakan metode cost-based pricing, dimana harga akan ditentukan dengan terlebih dulu menghitung biayanya, lalu ditambah dengan persentase laba yang diinginkan. Sebagai bisnis baru, akan lebih aman bagi PURE Coffee menggunakan metode ini karena PURE Coffee baru akan memasuki persaingan dan masih dalam tahap mencari tahu secara riil bagaimana pelanggan mempersepsikan produk-produk PURE Coffee.

Personal Selling

Berdasarkan teori tersebut, strategi pemasaran personal selling akan menjadi strategi utama PURE Coffee. Karena sifat bisnis PURE Coffee, memungkinkan untuk menjalankan sistem ini. Sifat-sifat penjualan personal dan fungsi-fungsinya pun sejalan dengan bagaimana PURE Coffee menjalankan bisnisnya, yakni bertemu langsung dengan pelanggan, berusaha menjalin hubungan akrab dengan pelanggan untuk menciptakan loyalitas melalui pelayanan yang menyesuaikan dengan masing-masing karakteristik pelanggan, serta menghasilkan produk yang dapat dikustomisasi sesuai dengan selera masing-masing pelanggan.

Internet Marketing

PURE Coffee akan berfokus pada penggunaan strategi Internet marketing. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan beragamnya media sosial, serta dunia yang telah memasuki era digital secara daring, maka PURE Coffee berencana untuk menggunakan media sosial seperti facebook, twitter, dan instagram sebagai salah satu sarana untuk terhubung dengan pelanggan. PURE Coffee akan menyebarkan semua informasi terkait harga, produk keluaran terbaru, promosi potongan harga dan pembayaran online, serta lokasi keberadaan PURE Coffee melalui media sosial, sekaligus bekerjasama dengan berbagai situs-situs kuliner seperti zomato dan qruard terkait informasi jadwal dan lokasi serta potongan harga.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Rencana jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan oleh PURE Coffee dalam menjalankan kegiatan usaha adalah sebanyak 5 orang tenaga kerja, yang terdiri dari 1 Manajer, 2 Barista dan 2 Kasir. Dalam sehari terdapat 1 shift yang berlangsung selama 9 jam, tetapi ada rotasi yaitu 2 pegawai yaitu 1 barista dan 1 kasir untuk 3 hari kerja dan dilanjutkan dengan 1 barista dan 1 kasir untuk sisah hari weekday, pada hari weekend terdapat 1 barista dan 1 kasir, akan terlampirkan jadwal pekerjaan di bagian lampiran. Jadi untuk setiap 4 jam terdapat istirahat selama 30 menit. Jadi buka di jam 11:00 dan istirahat pertama di sekitar Jam 15:00, lanjut bekerja 4 jam lagi dan istirahat di sekitar jam 19:00, dan tutup gerai di Jam 20:00, tepat 9 jam kerja sehari.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Copyright © Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gaji Pokok

Gaji pokok adalah imbalan dasar yang dibayarkan kepada pekerja menurut tingkat atau jenis pekerjaan yang besarnya ditetapkan berdasarkan kesepakatan. Berdasarkan peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, UMP (Upah Minimum Provinsi) Jakarta 2020 ditetapkan Rp 4.267.349. (Sumber: Peraturan Gubernur Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 10 Tahun 2020 Tentang Upah Minimum Sektoral Provinsi Tahun 2020)

Tunjangan Hari Raya (THR)

Tunjangan Hari Raya (THR) diberikan setahun sekali pada saat sebelum Hari Raya (Idul Fitri, Natal, Nyepi dan sebagainya) sesuai dengan Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 6 tahun 2016 tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan bagi pekerja di perusahaan. Tunjangan yang diberikan sebesar gaji pokok dalam satu bulan.

Keuangan

Hasil analisis kelayakan investasi PURE Coffee dengan analisis Net Present Value, dapat dinyatakan bahwa bisnis PURE Coffee layak untuk dijalankan karena nilai Net Present Value lebih besar dari 0 (nol), yaitu sebesar Rp 544.858.155. Selain itu nilai PI atau Profitability Index dari PURE Coffee sebesar 4.60 yang berarti nilai PI lebih besar dari 1 sehingga layak. Dari perhitungan payback period PURE Coffee yang berjalan selama 5 tahun, didapat angka bahwa payback period dari PURE Coffee adalah 1 Tahun 7 Bulan 13 Hari.

Analisis kelayakan usaha dari PURE Coffee dihitung menggunakan metode BEP (Break Even Point). BEP dari PURE Coffee sebesar tahun 2021 adalah Rp 225.158.820. Pada tahun 2022 PURE Coffee memerlukan Rp 308.258.671 untuk break even. Pada tahun 2023 PURE Coffee memerlukan Rp 331.897.965 untuk break even. Pada tahun 2024 PURE Coffee memerlukan Rp 363.893.722 untuk break even. Pada tahun 2025 PURE Coffee memerlukan Rp 392.481.353 untuk break even.

Pengendalian Resiko

Untuk mengatasi permasalahan nama perusahaan yang belum terkenal, maka kita akan memperkuat promosi dengan media sosial secara online dan media print seperti Brosur, spanduk, dll.

Untuk mengatasi masalah persediaan bahan baku dan kualitas bahan baku, PURE Coffee melakukan pengecekan lagi secara tersendiri terhadap bahan baku yang diterima dari distributor, kita sudah memikirkan untuk selalu menyediakan backup supplier.

Untuk mengatasi masalah mengenai tenaga kerja, kerja manajemen yang baik merupakan sesuatu yang sangat diperlukan dalam menangani tim kerja sebuah kafe. Pihak manajemen harus bisa membangun hubungan dengan tenaga kerja baik di luar maupun di dalam lingkungan kerja, fellowship seperti misalnya buka puasa bersama merupakan alternatif yang baik dalam membangun hubungan dengan para tenaga kerja.

Untuk mengatasi masalah mengenai perizinan dan peraturan pemerintah, PURE Coffee akan mengikuti seluruh peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah agar proses operasi dapat berjalan dengan baik, dan kami juga ada konsultan hukum jika diperlukan.

Untuk mengatasi masalah mengenai kompetitor, PURE Coffee akan terus menyajikan makanan dan minuman dengan kualitas yang terbaik. Selain itu pelayanan yang diberi juga harus ramah agar tercapai customer satisfaction pada setiap pelanggan yang datang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Copyright © 2020 by Kwik Kian Gie School of Business. All rights reserved. This document is confidential and intended solely for the individual named. It is not to be distributed, copied, or used in any way without the prior written permission of Kwik Kian Gie School of Business.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku Teks:

David, Fred R. dan Forest R David (2015), *Strategic Management: Concepts and Cases*, Edisi 15, Global Edition, London: Pearson.

Lyman, M. (2019). *Preferensi Konsumen Dalam Pemilihan Coffee Shop Di Jakarta Utara*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta.

Dessler, Gary (2015), *Human Resource Management*, Edisi 14, Harlow: Pearson Education Limited.

Ebert, R. J., Griffin, R. W. (2020). *Business essentials*. Harlow, England: Pearson.

Kim, W. C., Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Ebert, Ronald J. dan Ricky W. Griffin (2017), *Business Essentials*, Edisi 11, Global Edition, London: Pearson

Sciliano, G. (2015). *Finance for nonfinancial managers* (p. 28). New York: McGraw-Hill Education.

Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Frank, Robert H., Ben S. Bernanke, Kate Antonovics, & Ori Heffetz (2019), *Principles of Microeconomics*, Edisi 7, New York: McGraw-Hill Education

Gitman, Lawrence J. dan Chad J. Zutter (2015), *Principles of Managerial Finance*, Edisi 14, Global Edition, London: Pearson.

Heizer, Jay, Barry Render, & Chuck Munson (2017), *Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi 12, Global Edition, London: Pearson.

Kieso, Donald E., Jerry J. Weygandt, & Terry D. Warfield (2016), *Intermediate Accounting*,



Edisi 16e, United States: John Wiley & Sons, Inc

Lawrence J. Gitman and Chad J. Zutter. 2015. *Principle Of Managerial Finance*,
Fourteenth Edition. Singapore: Pearson Education

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

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

Robbins, Stephen P. dan Mary Coutler (2016), *Management*, Edisi 13, Global Edition,
London: Pearson.

Saiman, Leonardus (2017), *Kewirausahaan : Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*, Edisi 2,
Jakarta: Salemba Empat

Husnan, S., & Muhammad, S. (2000). *STUDI KELAYAKAN PROYEK BISNIS*.
Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

SEWA LISENSI KOPI KENCENG NEW NORMAL PACKAGE (JABODETABEK)
[Advertisement]. (2020).

Sumber Website:

Bimkar.wordpress (2012), *Jenis-bidang-usaha*, diakses pada 27 Maret 2019.
<https://bimkar.wordpress.com/2012/11/14/jenis-bidang-usaha/>

Zomato (2020). *Kopi Kenceng Beverage Shop*. Retrieved December 02, 2020, from
<http://zoma.to/r/18999611>

"Phyllis Schlafly Quotes." *BrainyQuote.com*. BrainyMedia Inc, 2020. 2 December 2020.
https://www.brainyquote.com/quotes/phyllis_schlafly_2069

Populationpyramid (2018), *Indonesia Population Pyramid*, diakses pada 27 Maret 2019,
<https://www.populationpyramid.net/indonesia/2018/>

Databoks. Katadata, diakses pada 24 Maret 2019
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>

Dosenekonomi (2017), *Bentuk Kepemilikan Bisnis*, diakses pada 27 Maret 2019.
<https://dosenekonomi.com/bisnis/bentuk-kepemilikan-bisnis>

Ojk.go.id (2008), *Batasan Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Besar menurut Undang-*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan dan menyebarkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
tanpa izin IBKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Undang No.20/2008, diakses pada 27 Maret 2019.

Sumber:<https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Documents/UndangUndang%20Nomor%2020%20Tahun%202008%20Tentang%20Usaha%20Mikro,%20Kecil,%20dan%20Menengah.pdf>

Service Charge dan Sewa Mal Naik: Ini Penjelasan APPBI: Ekonomi. (2017, January 25).

Retrieved December 02, 2020, from

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20170125/12/622565/service-charge-dan-sewa-mal-naik-ini-penjelasan-appbi->

Media Neliti (2015), Proyeksi Piramida Penduduk Indonesia, diakses pada 27 Maret 2019.

<https://media.neliti.com/media/publications/48752-ID-proyeksi-penduduk-kecamatan-kabupatenkota-provinsi-dki-jakarta-2010-2020.pdf>

BPS Online (2014), Proyeksi Penduduk Menurut Provinsi, diakses pada 27 Maret 2019

<https://www.bps.go.id/statictable/2014/02/18/1274/proyeksi-penduduk-menurut-provinsi-2010---2035.html>

Food.detik (2018), diakses pada 27 Maret 2019

<https://food.detik.com/cooking-event/d-4265319/terus-berevolusi-kopi-jadi-tren-dan-bisnis-menjanjikan-di-indonesia>

Gajiumr (2019), UMR Jakarta, Diakses pada 30 April 2019

<http://www.gajiumr.com/umr-jakarta/>

Sumber Undang-Undang:

Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Pengertian Usaha Mikro, Kecil, Menengah. Lembaga Negara RI Tahun 2008. Sekretariat Negara Jakarta.

Republik Indonesia. 2003. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan. Lembaga Negara RI Tahun 2003, Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2004. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 Tentang Sistem Jaminan Sosial.

Republik Indonesia. 1994. Peraturan Menteri Tenaga Kerja Nomor 16 Tahun 2016 Tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja Diperusahaan. Lembaga Negara RI Tahun 1994, Sekretariat Negara. Jakarta.