



ABSTRACT

Steven Eka Tanuwidjaja / 74170224 / 2021 / Business Plan for The Establishment of “Lemon Kafe” in North Jakarta / Guided by Dr. Tony Sitinjak, M.M.

“Lemon Kafe” is a business that operates in the food and beverage sector. The product offered by “Lemon Kafe” are Lemon with a combination of fruits and vegetables, as well as other food options. “Lemon Kafe” are located in Ruko Boulevard Raya FYI No.3, Kelapa Gading Timur, Kelapa Gading, Jakarta Utara.

“Lemon Kafe” has the vision of “Becoming a healthy café which is the main choice for a society that has high competitiveness in Jakarta”. The mission of “Lemon Kafe” is to “Give the quality of a millennial service, with its culture value warmth and respect, and preserve the quality of the product for customers”.

The product offered by “Lemon Kafe” consist of foods and beverages : Magic Drink, Lemon Infused Water, Lemon Ginger Honey, dan Honey Mint Lemonade for the beverage menu, for the food menu there are Lemon Chia Seed Muffin, Lemon Tart With Pistacchio, and Lemon Basil Chicken.

In order to compete with competitors, marketing strategy are needed to offer the products of “Lemon Kafe”. Strategy used due to an opening store is, direct selling, which composed of promotions and promptly updated products offer.

Human Resources are the things needed for then running of a business. “Lemon Kafe” has 5 job position in its business, such as Manager, Cashier, Chef, Kitchen Staff, Barista/Waiter, concluded of 6 people.

The initial investment needed by “Lemon Kafe” was Rp. 696,491,700 which is used to purchase equipment, supplies, raw materials, shophouse rental, renovation. These initial investment are supported by the parents of business owners.

The worthiness of a business is something to consider in order to assess whether the business is worthy to invest or not. The feasibility analysis that the business used is, the Payback Period obtained 2 years 9 months 23 days with a maximum of 5 years, the Net Present Value obtained is a positive value of Rp. 969,226,042 , the Internal Rate of Return is 39% more than the discount fare, and the Profitability Index has a higher value than 1. The Break Even Point obtained from each year during a 5 years period is positive.

Keywords: Artisan Café, Lemon, “Lemon Kafe”

Pendahuluan

Lemon Kafe merupakan terobosan bisnis baru yang mengkombinasikan cita rasa yang nikmat cita rasa yang nikmat dan kebaikan kesehatan yang dapat diandalkan. Produk ini memiliki ruang pasar tersendiri karena menu yang disediakan diolah dari Jeruk Lemon, dan kombinasi dari buah dan sayuran. Lokasi dari Kafe ini berada di lingkungan perumahan, sekolah dan lalu lintas kerja. Adapun Visi dan Misi dari Lemon Kafe adalah :

Visi Lemon Kafe adalah “ Menjadi *cafe* sehat pilihan utama masyarakat yang memiliki daya saing tinggi se- Jakarta ”

Misi Lemon Kafe adalah “ Memberikan kualitas jasa pelayanan yang terbaik, dengan mengedepankan pola hidup yang sehat dan kepentingan pelanggan yang utama, serta mempertahankan kualitas produk yang terbaik bagi pelanggan. ”



Potensi peluang bisnis dari Lemon Kafe sangat baik, karena pesaing dalam bidang ini masih sangat terbatas. Berikut ini daftar kebutuhan dana yang digunakan untuk Lemon Kafe :

1. Kas Awal : Rp. 10.000.000
2. Bahan Baku : Rp. 193.494.500
3. Perlengkapan : Rp. 14.260.200
4. Peralatan : Rp. 273.552.000
5. Bangunan : Rp. 125.000.000
6. Renovasi : Rp. 30.185.000
7. Kendaraan Bekas : Rp. 50.000.000

Rencana Produk, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen

Proses operasional Lemon Kafe memiliki umur ekonomis sepanjang 5 tahun. Penyusutan peralatan dilakukan untuk mengetahui batas jangka waktu pemakaian peralatan dan kapan peralatan tersebut harus diganti.

1. Rencana Alur produk Lemon Kafe :

- a. Tahap pertama, calon pelanggan masuk ke Lemon Kafe. Setelah itu, langsung disambut dengan kata "Halo, Selamat Datang di Lemon Kafe".
- b. Tahap kedua, calon pelanggan menghampiri kasir, melakukan pemesanan serta melakukan pembayaran.
- c. Tahap ketiga, calon pelanggan menunggu pesanan. Pesanan akan diantarkan ke meja apabila melakukan makan di tempat.
- d. Tahap keempat, pelayan memastikan pesanan sudah sesuai dengan yang dipesan.

2. Rencana alur dan penggunaan bahan persediaan sebagai berikut :

- a. Pembelian :
 - Pengecekan persediaan bahan-baku , bahan kue, untuk makanan dan minuman.
 - Pemesanan semua bahan baku terkait operasional yang sudah hampir kosong.
 - Pemesanan sebelum habis untuk bahan minuman adalah 7 hari, sedangkan untuk bahan kue adalah 4 hari.
- b. Penggunaan :
 - Penggunaan bahan-bahan sesuai dengan takaran dan jumlah yang sudah ditetapkan/sajian.
 - Kontrol bahan baku yang setiap 3 hari sekali, memberi tanda tanggal pembukaan setiap produk kemasan (minuman dan makanan).
 - Membuat daftar bahan-bahan yang perlu segera dibeli, diinfokan ke kasir, manajemen.

3. Kebutuhan teknologi dan peralatan usaha

- a. Wi-Fi
Jaringan *Wi-Fi* disediakan oleh pihak *café* untuk semua pelanggan yang datang agar dapat menikmati waktunya selama berkunjung ke *café*.
- b. Kulkas
Kulkas diperlukan untuk membuat es batu dan air dingin serta menjaga kualitas bahan baku yang mudah rusak agar tetap segar ketika dikonsumsi oleh pelanggan.



- c. AC
Setiap lantai di Lemon Kafe akan disediakan AC untuk meningkatkan kenyamanan para pelanggan yang datang.
- d. Timbangan digital
Timbangan digital **Acaia Pearl Scale** digunakan untuk memberikan takaran yang tepat ketika menyeduh teh karena takaran bahan baku minuman dan makanan per gelas berbeda-beda tergantung jenis bahan bakunya.
- e. Teko listrik
Teko listrik diperlukan untuk menyeduh air panas agar suhunya sesuai dengan jenis minuman yang digunakan agar minuman yang disajikan menghasilkan cita rasa yang pas.
- f. Mesin juicer
Juicer berkecepatan rendah: Menghasilkan jus dengan banyak nutrisi,

Strategi Bisnis

A. STP (Segmentation, Targeting, Positioning) dan Marketing Mix

1. Segmentasi

a. Segmentasi Geografis

pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, wilayah, propinsi, kota atau lingkungan rumah tangga. Perusahaan dapat memutuskan untuk beroperasi dalam satu atau sedikit wilayah geografis atau beroperasi dalam seluruh wilayah, tetapi memberikan perhatian pada perbedaan lokal.

b. Segmentasi Demografis

dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas sosial. Variabel-variabel yang ada dalam demografis merupakan dasar yang paling populer untuk membedakan kelompok-kelompok pelanggan.

c. Segmentasi Psikografis

dibagi menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan gaya hidup atau kepribadian atau nilai. Orang-orang dalam kelompok demografis yang sama dapat menunjukkan gambaran psikografis yang sangat berbeda.

d. Segmentasi Perilaku

dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, pemakaian, atau tanggapan terhadap produk atau jasa tertentu.

2. Targeting

Target pasar yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

- a. Berlokasi di Jakarta Utara, Kelapa Gading
- b. Memiliki pendapatan minimal Rp. 3.000.000,-



c. Memiliki keinginan untuk bergaya hidup sehat

3. Positioning

Positioning pada “Lemon Kafe” mempunyai slogan “*Feeling Good For Healthy Today*”, yang artinya terasa baik untuk kesehatan hari ini. Ini merupakan bentuk seruan yang diucapkan kepada pelanggan saat memesan, dan melakukan komunikasi kecil bersama pelanggan.

4. Penerapan Harga

Penerapan harga yang digunakan berdasarkan basis *Customer Value-Based Pricing* dan penetapan harga berdasarkan persaingan / *Competition – Based Pricing*, dimana manajemen “Lemon Kafe” akan menetapkan harga dibawah pesaing langsungnya. Kisaran harga Lemon Kafe sebesar Rp. 30.000 – Rp. 35.000,- untuk minuman-nya. Sedangkan kisaran harga untuk makanan sebesar Rp. 20.000 – Rp. 32.000,-.

B. Rencana Organisasi

Lemon Kafe memerlukan enam tenaga kerja untuk menjalankan roda operasional yang terdiri dari Manajer, juru masak, staff dapur, waiters, dan kasir. Rincian gaji pokok perbulan adalah sebagai berikut :

1. Manajer : Rp. 5.200.000,-
2. Waiters : Rp. 4.600.000,-
3. Juru masak : Rp. 4.600.000,-
4. Staff dapur : Rp. 4.200.000,-
5. Kasir : Rp. 4.200.000,-

C. Rencana Keuangan

Sumber dana berasal dari tabungan pribadi pemilik dan tabungan keluarga pemilik sebesar Rp. 696.491.700. proyeksi penjualan pada tahun 2021 adalah sebesar Rp. 950.407.000 dengan laba kotor sebesar Rp. 4.752.035. berdasarkan perhitungan tersebut, dapat diperkirakan bahwa laba bersih (EAT) yang dihasilkan tahun 2021 sebesar Rp. 82.820.889.

Pada tahun 2021, total alur kas bersih sebesar Rp. 162.562.690. proyeksi neraca tahun 2021 adalah Rp. 598.454.410.

Nilai Break Even Point pada tahun 2021 sebesar Rp. 619.092.495 , yang mana lebih kecil dari penjualan. Nilai *Net Present Value* sebesar Rp. 969.226.042, dengan *Internal Rate of Return* sebesar 39% serta *Payback Period* pada 2 tahun 9 bulan 23 hari.

D. Antisipasi Risiko

Rencana pengendalian risiko yang akan dilakukan oleh “Lemon Kafe” adalah sebagai berikut :

1. Dalam mengatasi resiko *brand* yang masih belum terlalu dikenal masyarakat maka “Lemon Kafe” akan melakukan beberapa hal, seperti melakukan promosi lewat sosial media, mengadakan *grand opening promo*, mengundang *Food Vlogger* untuk memberikan *review* atau ulasan terhadap “Lemon Kafe” untuk menambah ketertarikan konsumen.
2. Dalam mengatasi resiko kualitas pelayanan yang buruk maka “Lemon Kafe” akan menetapkan standar operasi kerja bagi tiap-tiap bagian. Setiap karyawan wajib bekerja sesuai standar yang telah ditetapkan dan bila terdapat pelanggaran maka karyawan dapat dikenakan sanksi seperti



pemotongan insentif kerja. Selain itu, “Lemon Kafe” akan melakukan monitoring untuk standar operasi kerja guna menjaga konsistensi layanan para karyawan *cafe*.

3. Dalam mengatasi resiko menu makanan dan minuman yang kurang variatif maka “Lemon Kafe” akan secara terus menerus melakukan inovasi produk lewat eksperimen, mempelajari teknik penyajian yang lebih baik dari buku-buku mengenai makanan dan minuman sehat ataupun berkonsultasi dengan para pakar kesehatan serta ahli gizi di Indonesia.
4. Dalam mengatasi resiko dari kualitas produk tentunya akan dilakukan standarisasi produk, seperti penetapan resep secara tertulis sehingga kualitas produk tetap konsisten dan tidak membingungkan konsumen. Selain itu, “Lemon Kafe” juga akan melakukan *monitoring* rutin agar kualitas bahan baku setiap produk tetap terjaga.
5. Dalam mengatasi resiko dari pemasok dapat dilakukan dengan mengadakan perjanjian secara tertulis saat melakukan transaksi sehingga apabila ada keterlambatan, barang rusak ataupun barang yang dipesan kurang maka pemasok akan harus membayarkan sejumlah kompensasi yang telah disepakati bersama.
6. Dalam mengatasi resiko munculnya pesaing baru dapat dilakukan dengan terus meningkatkan kualitas baik pelayanan maupun produk, melakukan inovasi dan diferensiasi produk, serta melakukan promosi rutin agar *brand awareness* terus meningkat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku Teks:

Dessler, Gary (2016), *Human Resource Management*, Edisi 13, New Jersey: Pearson.

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.

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.

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

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

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

Hisrich, Robert D., Michael P. Peters, Dean A. Shepherd (2016). *Entrepreneurship*. Edisi ke 10, McGraw-Hill Education, New York.

Sumber Website:

Departemen Kesehatan Diakses Desember 2020, Tentang Jeruk Lemon / Sitrun Kandungan dan Komposisi Gizi

https://m.andrafarm.com/_andra.php?_i=0-tanaman-kelompok&topik=gizi&kelompok=Jeruk%20Lemon%20%20Sitrun

<https://peluangusaha.kontan.co.id/news/jeruk-lemon-kecut-rasanya-segar-labanya-1> diakses 2 Januari 2020

Tarif Air Minum, Pam Jaya, diakses Desember 2019, <http://pamjaya.co.id/id/customer-info/drinking-water-tarif>

Tarif Listrik, PT PLN (Persero), diakses Desember 2019, <http://www.pln.co.id/statics/uploads/2018/05/Tarif-Adjustment-April-Juni-2018-1.jpg>

Sumber Undang-Undang:

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang 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. 1994. *Peraturan Menteri Tenaga Kerja R.I NO.PER-04/MEN/1994 Tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja Diperusahaan*. Lembaga Negara RI Tahun 1994, Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia 2018, Peraturan Pemerintah R.I Nomor 24 tahun 2018 *Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik*, Sekretariat Negara Jakarta

Tel. +6221 6530 7062

Fax : +6221 6530 6967

E-Mail : steven.eka17@gmail.com

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.