



PERENCANAAN BISNIS PENDIRIAN USAHA *COFFEE SHOP*

“*COFFEE INSPIRED*”

DI RUKO SUNTER INDAH, JAKARTA UTARA

Martha Ayerza Esra, S.E.,M.M.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

COFFEE INSPIRED is a business engaged in the coffee shop that provides various types of coffee drinks with a variety of syrups existing selection. Not only that, we also use raw materials quality coffee beans and comes from Indonesia and also there are many other menus in addition to coffee drinks, we also sell food and offer a range of facilities to pamper its customers, covers, free wi-fi, ac, working space, and others. COFFEE INSPIRED also going through a phase of industry analysis through a business location to be established, demographic factors, products sold, production processes, analysis of existing competitors, services offered, as well as the intended market segmentation by COFFEE INSPIRED. COFFEE INSPIRED also a place of business in a location that is quite densely populated and located in a strategic location, especially in North Jakarta. The place of this own INSPIRED COFFEE rent a shop near the author's own residence, which is located very easily accessible by everyone. The place which, although located near a housing complex, yet very strategic and easily accessible by everyone and is a densely populated area where the rare places to "hang out" also offers a new concept in the coffee shop, also reaching all ages both young and old. In addition, excess COFFEE INSPIRED is in the use of various syrup reaches 12 flavor options that can be added to the drinks ordered by customers, as well as the use of quality coffee beans from Indonesia so it can introduce Indonesian coffee beans, of course, this being a breakthrough new in the coffee shop business, COFFEE INSPIRED also provides a range of facilities that can be enjoyed by customers, is also working space is provided to support the need for people who want to work and find inspiration in COFFEE INSPIRED.

Keywords : INSPIRED COFFEE, coffee shop, coffee shop, coffee beans, syrup, working space, business analysis, location, place to hang out.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang padat penduduknya dan penuh dengan keragaman baik dalam budaya, agama, ras, begitu juga dengan selera. Masyarakat Indonesia juga merupakan masyarakat konsumtif paling tinggi di Asia. Dengan gaya konsumtif yang tinggi maka kondisi sekarang ini banyak muncul usaha-usaha yang bergerak di bidang mikro terutama usaha kecil dan menengah (UMKM) yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia terutama Jakarta dengan produk yang sama dan pangsa pasar yang sama.

Coffee Shop merupakan salah satu tempat yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat Jakarta. Dari era tahun 90an sampai era sekarang, *Coffee Shop* masih dapat bertahan dan semakin banyak bermunculan dengan modifikasi sedemikian rupa dari tempat dan suasana *Coffee Shop* hingga bermacam macam jenis makanan dan minuman terutama jenis minuman kopi yang dijual. Sekarang ini, *Coffee Shop* seringkali dijadikan tempat “nongkrong”, “hangout”, bertemu klien, dan juga tempat untuk belajar dan bekerja.



Hak cipta milik IBI Kwik Kian Gie (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Pengunjung *Coffee Shop* terus meningkat seiring berjalannya waktu terutama di kota Jakarta yang terus berkembang pesat pembangunan dan infrastrukturnya.

Ⓒ Melihat peluang pasar, yaitu anak-anak sekolah, mahasiswa, karyawan kantor sampai pebisnis di Jakarta yang sebagian besar penggemar minuman jenis kopi. Maka penulis memutuskan untuk mendirikan sebuah *Coffee Shop* bernama “ *Coffee Inspired* ” di Jakarta dengan konsep menjual minuman jenis kopi dengan berbagai pilihan rasa yang disediakan yang dapat dipilih sesuai dengan keinginan pelanggan, serta mempopulerkan minuman kopi dengan jenis biji kopi dari seluruh Indonesia maupun yang berasal dari luar Indonesia. *Coffee Inspired* juga menawarkan konsep tempat yang nyaman dan tidak kalah menarik dengan *Coffee Shop* yang sudah ada di Jakarta.

Pemilihan bisnis di bidang *coffee shop* ini juga ditinjau dari perkembangan *coffee shop* lokal yang semakin banyak ada di Jakarta, disertai dengan banyaknya peminat minuman jenis kopi yang terus mencari suasana, tempat yang baru, dan kualitas minuman kopi yang dijual. Bahkan hal ini didukung dengan meningkatnya gaya hidup masyarakat Indonesia yang semakin konsumtif menunjukkan bahwa perkembangan bisnis *coffee shop* ini sangat bagus karena adanya target pasar yang besar dari segala usia dan peminat yang banyak akan minuman jenis kopi di Jakarta.

A. RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

1. Visi dan Misi Perusahaan

Coffee Inspired adalah sebuah bisnis yang bergerak dibidang kuliner atau sering disebut *food and beverage* lebih tepatnya bisnis ini disebut *coffee shop*. Dengan menggunakan biji kopi sebagai bahan baku utama dalam bisnis ini. Bahan baku utama kopi ini akan dikombinasikan dengan berbagai macam bahan baku tambahan lainnya sehingga menampilkan suate ide baru yang kreatif dalam bisnis ini, tetapi tanpa menghilangkan cita rasa yang dimiliki oleh kopi itu sebagai bahan baku utama dalam bisnis ini. Sehingga bagi pelanggan yang ingin mencoba minuman kopi tapi takut karena rasa pahit yang dimiliki oleh kopi, kini dapat mencoba minuman kopi tanpa adanya rasa pahit yang ditakutkan oleh pelanggan melalui kombinasi bahan baku tambahan yang digunakan *Coffee Inspired*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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



Lokasi usaha dari *Coffee Inspired* ini terletak di Jalan Taman Sunter Indah Blok HJ2 No. 29-30, Jakarta Utara. *Coffee Inspired* ini akan berlokasi di daerah Sunter dikarenakan posisinya yang strategis, dekat dengan jalan raya, dekat dengan kompleks perumahan warga, dekat dengan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, lingkungan kost-kostan, dan juga daerah perkantoran. Lokasi ini sendiri dipilih karena daerah Jakarta Utara seperti Sunter dan Kelapa Gading merupakan daerah padat penduduk dimana gaya hidup masyarakat konsumtif yang meningkat namun disisi lain kurang nya tempat untuk berkumpul (“nongkrong”) bersama teman-teman dan keluarga tidak banyak ditemui di daerah Sunter, sehingga lokasi inilah yang dipilih untuk mendirikan bisnis *Coffee Inspired*.

Menurut Fred R. David (2013: 40), pernyataan visi menjawab pertanyaan “kita ingin menjadi seperti apa”. Pernyataan visi yang jelas akan menjadi dasar yang kuat bagi pengembangan pernyataan visi yang komprehensif. Pernyataan visi haruslah singkat, jelas ke depannya akan menjadi seperti apa, dan sebanyak mungkin manajer diminta memasukkannya dalam proses pengembangan. Visi dari *Coffee Inspired* adalah menjadi salah satu *Coffee Shop* yang besar dan utama di Indonesia, memiliki cabang di seluruh kota besar di Indonesia dan berada di *top of mind* dari konsumen Indonesia.

Menurut Fred R. David (2013:40), pernyataan misi menjawab pertanyaan paling penting yaitu “apakah bisnis kita”. Jadi pernyataan misi menggambarkan arah masa depan suatu organisasi. Misi dari *Coffee Inspired* adalah menyediakan sarana atau tempat yang nyaman serta berbagai fasilitas yang dibutuhkan oleh pelanggan dan juga memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggan sebagai prioritas utama *Coffee Inspired*.

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

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Produk/Jasa

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:248), Produk adalah segala sesuatu yang dapat dijual dan ditawarkan kepada pasar atau konsumen secara langsung untuk akuisisi, perhatian, penggunaan, atau konsumsi dimana produk itu dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar atau konsumen. Produk itu sendiri terdiri dari objek fisik yang terlihat seperti, mobil, sepeda motor, laptop, komputer, hp dan lain-lain, juga mencakup acara, tempat, orang, inspirasi, dan organisasi dari hal-hal tersebut. Konsumen akan membeli produk bila mereka merasa cocok dengan produk yang akan dibeli tersebut. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau keinginan konsumen.

Berikut konsep produk menurut Kotler dan Keller (2012:40), yang mengemukakan bahwa konsumen akan lebih menyukai suatu produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan fitur terbaik yang dimiliki oleh produk tersebut. Berdasarkan definisi dari beberapa ahli tentang produk, dapat disimpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi sekaligus memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia, baik produk itu berwujud maupun tidak berwujud.

Pengertian jasa menurut Kotler dan Armstrong (2012:248) adalah suatu bentuk produk yang berisikan sebuah manfaat, aktifitas, maupun kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan bentuknya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas apapun.

Coffee Inspired dalam menjalankan usahanya melakukan pembauran terhadap produk dan jasa, dimana jasa yang diberikan kepada konsumen merupakan suatu bentuk pelayanan atau merupakan nilai tambah yang diberikan kepada konsumen, hal ini guna untuk memperoleh loyalitas. *Coffee Inspired* tidak membebankan biaya pelayanan kepada konsumen yang dalam artian bebas dari

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



service charge, tetapi konsumen tetap mendapatkan jasa pelayanan yang terbaik saat masuk ke dalam *Coffee Inspired* hingga saat meninggalkan *Coffee Inspired*, karena dengan memberikan pelayanan yang terbaik maka tingkat kepuasan konsumen akan *Coffee Inspired* juga meningkat tidak hanya dari sisi produk saja tetapi juga dari sisi jasa.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Ukuran Usaha

Sesuai dengan Undang-undang No. 20/2008/Bab I/Pasal 1 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

(<http://peuyeumcipatat.blogspot.com/2013/05/pengertiankriteria-dan-klasifikasi-umkm.html>) (diakses 20 Mei 2015)

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.



4. Peralatan, Perlengkapan, dan Tenaga Kerja

Peralatan adalah suatu benda atau harta yang berwujud yang memiliki umur ekonomis minimal setahun atau lebih dari setahun dan peralatan ini digunakan untuk mendukung kegiatan operasional suatu bisnis.

Berikut ini adalah daftar peralatan yang dibutuhkan oleh *Coffee Inspired* :

Tabel 3.5
Coffee Inspired
Daftar Harga Peralatan toko
(dalam rupiah)

Nama Peralatan Counter	Jumlah	Harga Satuan (dalam Rupiah)	Jumlah Harga (dalam Rupiah)
Bar	1	25.000.000	25.000.000
Blender	1	3.200.000	3.200.000
Kulkas plus freezer	1	5.850.000	5.850.000
Mesin Kopi	1	65.000.000	65.000.000
Grinder Kopi	1	9.300.000	9.300.000
Pompa sirup	14	60.000	840.000
Shake	2	120.000	240.000
Coffee Press	6	95.000	570.000
Coffee Drip	6	45.000	270.000
Mesin Kasir	1	4.250.000	4.250.000
Piring	48	10.000	480.000
Gelas besar	72	5.500	396.000
Gelas kecil	72	4.000	288.000
Piring Kecil (Tatakan)	72	4.000	288.000
Kompor Gas	1	275.000	275.000
Microwave	1	3.400.000	3.400.000
Sendok	60	4.000	240.000
Garpu	60	4.000	240.000
Sendok kecil	72	2.500	180.000
Pisau makan	60	6.000	360.000
Speaker	1	2.750.000	2.750.000
TV LED	1	2.600.000	2.600.000
Kursi	60	350.000	21.000.000
Sofa	2	1.650.000	3.300.000
Meja	16	825.000	13.200.000
AC	4	3.200.000	12.800.000
TOTAL			176.317.000

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Perlengkapan digunakan sebagai penunjang berjalannya kegiatan suatu bisnis atau usaha. Berikut tabel perlengkapan *Coffee Inspired*

Tabel 3.6
Coffee Inspired
Daftar Harga Perlengkapan

Nama Perlengkapan Toko	Jumlah	Harga Satuan (dalam Rupiah)	Jumlah Harga (dalam Rupiah)
Spanduk	1	90.000	90.000
X Banner	1	60.000	60.000
Neon Box	1	2.500.000	2.500.000
Tissue	10	28.500	285.000
Kertas Struk kasir	20	12.500	300.000
Gelas Plastik	2000	2.000	4.000.000
Gelas untuk minuman panas	2000	1.500	3.000.000
Botol untuk aneka saos	6	10.000	60.000
Alat Permainan	20	20.000	400.000
Sedotan besar	2000	400	800.000
Sedotan kecil	1000	250	250.000
Bungkus Mika untuk makanan	2000	750	1.500.000
Kantong Plastik	1000	300	300.000
Busa Pencuci Gelas	5	10.000	50.000
Tabung Gas	2	475.000	950.000
Galon Air	6	55.000	330.000
TOTAL			14.875.000

Tabel 3.7
Coffee Inspired
Rencana Pengeluaran Peralatan dan Perlengkapan
(dalam rupiah)

Total Biaya Peralatan	176.317.000
Total Biaya Perlengkapan	14.875.000
Total Biaya	191.192.000

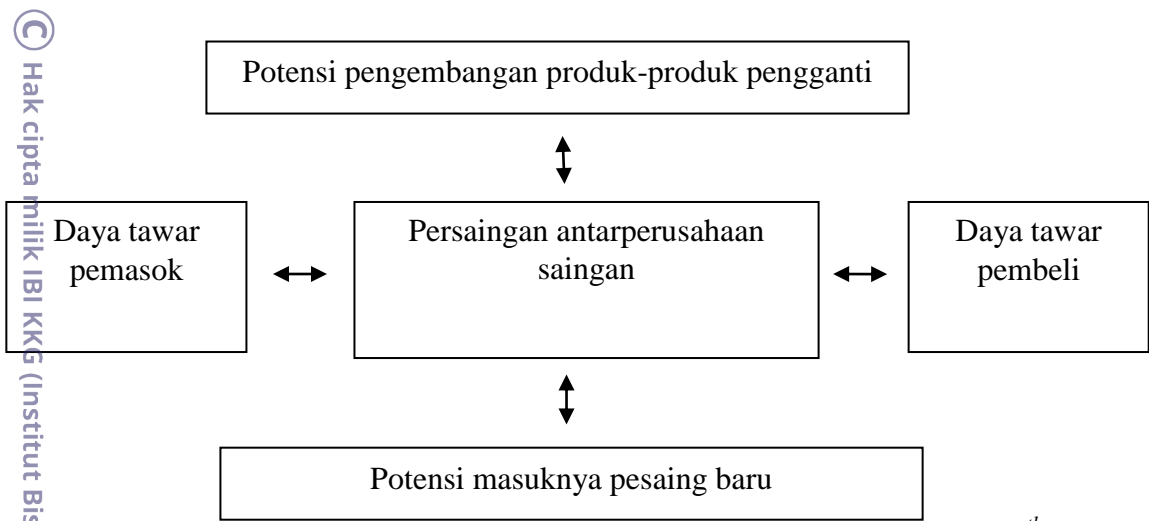
5. Pesaing

Menurut porter dalam buku Fred R.David (2013:105), hakikat persaingan suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan utama, yaitu:

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.



The Five-Forces model of Competition



Sumber : Fred R. David. *Strategic Management Concepts and Cases 14th Edition* (2013:106)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

6. Target Pasar

Sasaran Utama dari *Coffee Inspired* adalah kaum remaja, eksekutif, dan penikmat kopi yang memiliki gaya hidup suka berkumpul dan hobi minum kopi. Target pasar yang dijangkau oleh *Coffee Inspired* adalah golongan menengah dan menengah ke atas.

COFFEE INSPIRED juga menargetkan pasar pada anak-anak remaja, anak kuliah, karyawan kantor juga tidak menutup kemungkinan untuk orang tua yang ingin berkumpul bersama-sama dengan sanak keluarga di *COFFEE INSPIRED*

7. Deskripsi Rencana Operasi

Coffee Inspired akan buka setiap hari dari hari Senin sampai hari Minggu, dengan jam kerja operasional dari pukul 10.00 sampai dengan pukul 22.00 untuk hari Senin sampai Kamis, sedangkan untuk hari Jumat sampai Minggu dengan jam kerja operasional dari pukul 10.00 sampai dengan pukul 23.00. Lalu terdapat 2 *shift* kerja untuk para karyawan yaitu *shift* pagi dan *shift* malam. Untuk jam kerja *shift* pagi, yaitu dari pukul 10.00 sampai pukul 18.00. Untuk jam kerja *shift* malam, yaitu dari pukul 15.00 sampai pukul 22.00 dan 23.00 untuk hari Jumat sampai Minggu.



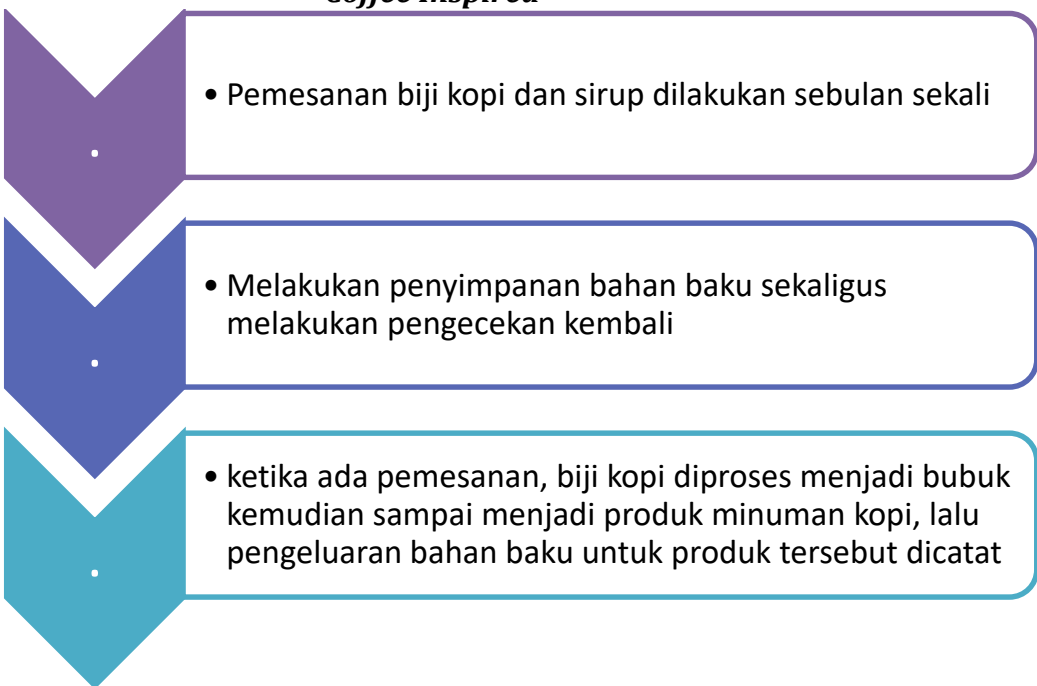
Tabel 4.1
Jadwal Perencanaan Pendirian *Coffee Inspired*
Periode 2017—2018

Bulan	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dec	Jan
Keterangan								
Mencari pemasok bahan baku	X							
Membuat social media	X							
Menyewa Ruko di Sunter, Jakarta Utara		x						
Pendaftaran NPWP		x						
Pendaftaran SIUP			x					
Mendaftarkan perusahaan			x					
Mendesain interior booth			x					
Membeli peralatan dan perlengkapan				x				
Merekrut sumber daya manusia				x				
Melakukan finishing dekorasi					x	x		
Membeli persediaan bahan baku							x	x
<i>Grand Opening</i>								x

8. Proses Produksi

Proses produksi adalah metode untuk menambah kegunaan atau manfaat dari suatu barang ataupun jasa. Proses produksi *Coffee Inspired* digambarkan seperti tabel 4.2 berikut ini:

Bagan 4.1 Proses Produksi *Coffee Inspired*



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

9. Proses Pelayanan Jasa

Dalam pelayanan jasanya, *Coffee Inspired* memberikan pelayanan kepada pelanggan yang datang dengan sambutan ramah. Kemudian salah satu barista siap membantu untuk informasi tentang minuman yang akan dibeli oleh konsumen dan mencatat pemesanannya. Hal ini dilakukan sebaik mungkin karena kesan pertama pelanggan terhadap *Coffee Inspired* sangat penting untuk menjaga reputasi sekaligus memberikan rasa nyaman konsumen sehingga merasa leluasa untuk memesan produk.

Berikut proses pelayanan jasa yang diberikan oleh *Coffee Inspired* antara lain:

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

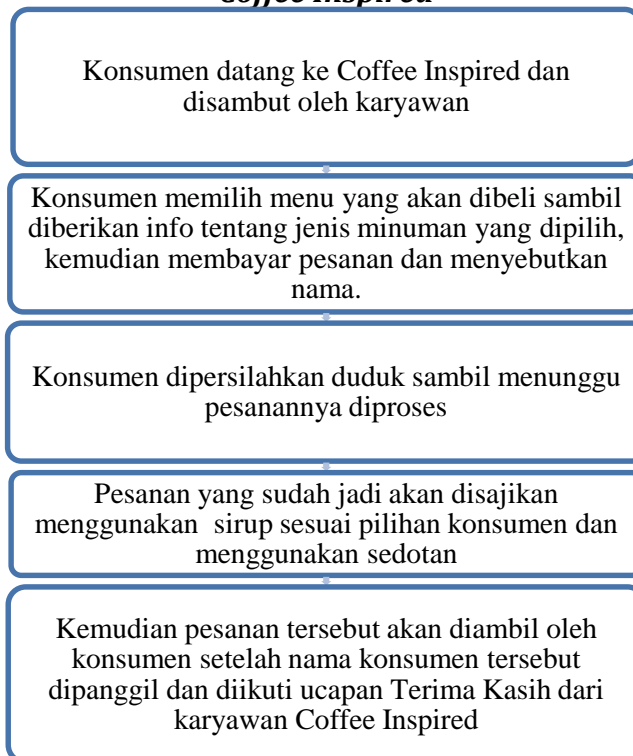
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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.



Bagan 4.2 Proses Pelayanan Jasa *Coffee Inspired*



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

10. Distribusi

Saluran distribusi adalah sekelompok organisasi yang saling tergantung satu sama lain yang membantu membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis (Kotler dan Armstrong, 2012:365).

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:367), Terdapat dua macam saluran distribusi, yaitu saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Saluran distribusi langsung tidak memiliki level perantara, sehingga perusahaan langsung menjual produk atau jasa nya kepada konsumen secara langsung. Saluran distribusi tidak langsung memiliki beberapa level perantara dalam menjual produk atau jasanya

11. Promosi

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan suatu manfaat yang ada dari suatu produk dan membujuk konsumen untuk membelinya (Kotler dan Armstrong,



2012:76). Dalam promosi terdapat beberapa media yang digunakan yang disebut bauran promosi. Berikut adalah empat bauran promosi menurut Ferrell, et al (2002: 160) :

Public Relations (Hubungan masyarakat)

Hubungan masyarakat adalah bagian yang rumit dalam komunikasi pemasaran yang terintegrasi. Hubungan masyarakat digunakan untuk membuat atau mempertahankan hubungan yang positif antara organisasi dan pemegang saham. Ada beberapa metode hubungan masyarakat, antara lain konferensi pers untuk mengumumkan berita acara yang besar, perilis berita atau koran yang biasanya ada beberapa halaman yang mendeskripsikan sebuah produk atau acara perusahaan, dan artikel utama untuk publikasi spesifik.

Advertising (Periklanan)

Periklanan adalah suatu kunci komponen promosi dan biasanya komponen yang paling terlihat dalam komunikasi pemasaran yang terintegrasi. Karena periklanan sangat fleksibel, bisa juga digunakan untuk menjangkau target pembaca atau pendengar yang sangat besar, maupun fokus pada target yang sangat kecil, dan tepat pada segmen pasarnya.

Personal Selling (Penjualan Pribadi)

Penjualan pribadi adalah suatu komunikasi yang dibayar secara personal untuk menginformasikan sesuatu kepada pelanggan mengenai produk dan mendorong mereka untuk membeli produk tersebut. Dibandingkan dengan bentuk promosi lainnya, penjualan pribadi merupakan bentuk yang paling presisi dalam suatu komunikasi karena dapat menjamin perusahaan bahwa mereka melakukan kontak langsung dengan prospek yang sempurna.

Sales Promotion (Promosi Penjualan)

Promosi penjualan adalah aktifitas atau objek apapun yang bertindak sebagai insentif yang menyediakan nilai lebih untuk pembeli tersebut. Promosi penjualan itu

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. 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.



mencakup semua aktifitas promosi dan komunikasi daripada bentuk promosi lainnya. Kebanyakan para pebisnis menggunakan promosi penjualan untuk memfasilitasi penjualan pribadi, periklanan dan hubungan di dalam masyarakat.

Promosi yang akan dilakukan oleh *Coffee Inspired* memakai beberapa media yaitu :

Media Sosial

Merupakan salah satu dari cara promosi melalui periklanan, dengan cara membuat *account* di media sosial yang ada seperti, *instagram, path, twitter*, yang berisikan menu yang di jual, lokasi, tempat yang menarik dan harga serta acara atau promosi yang *Coffee Inspired* tawarkan pada masyarakat, dan juga email yang bertujuan sebagai kritik dan saran atau ide bisnis dari pelanggan yang ingin disampaikan. Direncanakan pemasaran ini akan dilakukan di media sosial satu bulan sebelum pembukaan *Coffee Inspired*. Hal ini juga bertujuan untuk membuat orang tertarik dan penasaran akan apa saja yang di tawarkan oleh *Coffee Inspired* kepada masyarakat.

Word of Mouth

Cara ini merupakan cara yang cukup populer dan efektif dan efisien. Cara promosi ini dimulai dari saudara maupun teman dan kerabat yang terdekat, kemudian saudara, teman dan kerabat tersebut dapat menyampaikan tentang *Coffee Inspired* kepada teman-temannya yang lain. Untuk memaksimalkan cara promosi ini, *Coffee Inspired* harus memberikan pelayanan dan kualitas produk yang terbaik kepada pelanggan, serta harga yang dapat bersaing agar pelanggan selalu tertarik untuk datang kembali ke *Coffee Inspired*.

3. Diskon

Cara ini merupakan salah satu dari promosi penjualan yang dilakukan. *Coffee Inspired* memberikan potongan harga sebesar 20% untuk seluruh menu minuman dan makanan yang ada. Juga akan ada promosi menarik lainnya yang akan diberikan oleh *Coffee Inspired* di setiap bulannya.

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

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kartu Member Gratis

Coffee Inspired memberikan kepada 200 pelanggan pertamanya gratis kartu keanggotaan dimana pelanggan mendapatkan diskon sebesar 10% untuk setiap pembelian makanan dan minuman menggunakan kartu member dari *Coffee Inspired*. Promosi kartu member gratis ini hanya berlaku untuk 200 pelanggan pertama *Coffee Inspired* yang datang akan mendapatkan kartu keanggotaan secara gratis tanpa ada minimum pembelian terlebih dahulu.

Packaging

Packaging produk *Coffee Inspired* berupa gelas plastik untuk minuman dingin dan gelas berbahan karton untuk minuman panas untuk di bawa pulang, yang tentu saja mudah dibawa kemanapun dengan gambar gelas yang di desain secara unik dan menarik sehingga hal ini dapat menjadi sarana suntuks promosi bagi *Coffee Inspired*.

12. Struktur Organisasi

Struktur organisasi menjelaskan bagaimana suatu pekerjaan akan dibagi, digrup, dan dikoordinasi secara formal. Terdapat 6 elemen kunci yang manajer harus di ketahui ketika mereka mendesain struktur organisasi diantaranya adalah spesialisasi kerja, mendepartmentalisasi, rantai perintah, jangkauan kontrol, sentralisasi dan desentralisasi, dan formalisasi (Robbins and Judge, 2009:553)

Terdapat tiga desain organisasional umum yang biasa digunakan, yaitu :

1. *The Simple Structure* (Struktur Sederhana)

Struktur yang dikarakteristikan oleh rendahnya departementalisasi, jangkauan kontrol yang luas, otoritas terpusat di satu orang, dan sedikit formalisasi. (Robbins and Judge, 2009:561)

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.



2. *The Bureaucracy* (Birokrasi)

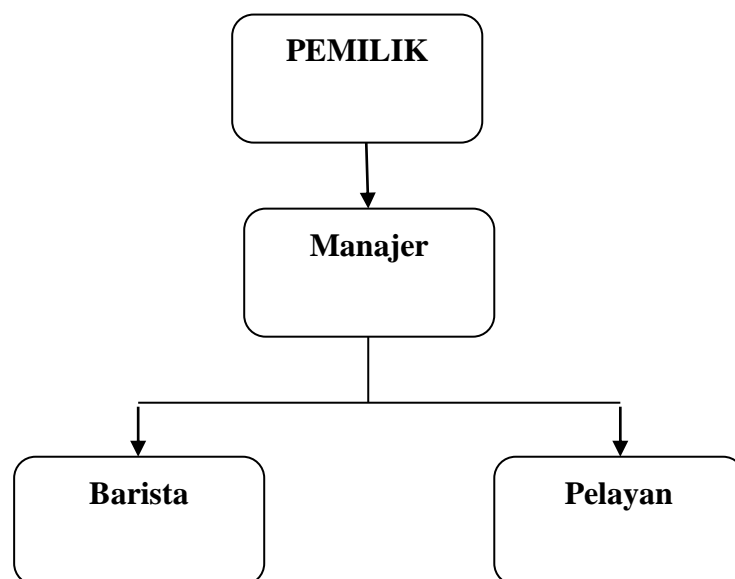
Struktur dengan tugas operasi yang sangat rutin yang dicapai melalui spesialisasi, peraturan yang sangat formal, tugas-tugas yang dikelompokkan ke dalam departemen fungsional, wewenang terpusat, jangkauan kontrol yang sempit, dan pengambilan keputusan yang mengikuti rantai perintah. (Robbins and Judge, 2009:561)

The Matrix Structure (Struktur Matriks)

Struktur yang membuat dua lini otoritas dan menggabungkan fungsional dan departementalisasi produk. Struktur organisasi ini biasanya ditemukan di agensi periklanan, laboratorium penelitian dan pengembangan, rumah sakit, dan universitas. (Robbins and Judge, 2009:563)

Struktur organisasi yang dipakai oleh *Coffee Inspired* adalah struktur sederhana, dikarenakan *Coffee Inspired* termasuk usaha kecil dengan pemilik bertindak sebagai manager yang memiliki posisi tertinggi didalam perusahaan. Struktur organisasi *Coffee Inspired* dapat dilihat pada bagan 6.1 dibawah ini :

Bagan 6.1
Coffee Inspired
Struktur Organisasi



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



13. Kelayakan Keuangan

Ringkasan Analisis Usaha *COFFEE INSPIRED*



Instrumen Analisis	Hasil Analisis	Batasan	Keterangan
<i>Break Even Point (BEP)</i>	Penjualan > <i>BEP</i>	<i>BEP</i>	Layak
<i>Net Present Value</i>	Rp 380.569.323,62	0	Layak
<i>Internal Rate of Return</i>	32,88%	11,5%	Layak
<i>Payback Period</i>	2 Tahun, 5 Bulan	5 Tahun	Layak

Sumber : Data Olahan

Break-even point adalah titik dimana *profit* nol atau titik kembalinya modal awal.

Analisis pulang pokok adalah suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar beberapa variabel di dalam kegiatan perusahaan, seperti luas produksi atau tingkat produksi yang dilaksanakan, biaya yang dikeluarkan, serta pendapatan yang diterima perusahaan dari kegiatannya. Apabila penjualan di bawah *Break Even Point*, maka perusahaan mengalami kerugian, sebaliknya jika penjualan di atas *Break Even Point*, maka perusahaan mendapatkan keuntungan pada tahun berjalan. Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa penjualan *Coffee Inspired* pada setiap tahun lebih besar dari *BEP*, maka investasi ini layak untuk dijalankan. Perusahaan mendapat keuntungan yang cukup lumayan setiap tahunnya. Perusahaan akhirnya mencapai *BEP* setelah kurang lebih 2 Tahun 5 Bulan.

Tingkat suku bunga yang dipakai *Coffee Inspired* dalam perhitungan *Net Present Value* adalah sebesar 11.50%, *Coffee Inspired* menggunakan data suku bunga kredit Bank BCA periode November 2015. (<http://www.bi.go.id/id/perbankan/suku-bunga-dasar/Default.aspx>) (diakses 22 Desember 2015)

Perhitungan investasi *Coffee Inspired* dapat diterima dengan NPV senilai Rp. 380.569.323,62 > 0, sehingga investasi ini layak untuk dijalankan.

Internal Rate Of Return adalah Metode menghitung tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih pada masa-masa yang akan datang. Apabila tingkat bunga ini lebih besar daripada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IB KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tingkat bunga relevan (tingkat keuntungan yang disyaratkan), maka investasi dikatakan menguntungkan, kalau lebih kecil maka dikatakan merugikan.

Berdasarkan perhitungan diatas, *Internal Rate of Return* dari *Coffee Inspired* adalah sebesar 32,88%. Sedangkan tingkat bunga bank yang berlaku adalah sebesar 11,50%, maka dapat disimpulkan bahwa investasi ini dapat diterima karena $IRR >$ tingkat bunga bank yang ada, sehingga usaha ini layak untuk dijalankan.

Break Event Point adalah Metode yang digunakan untuk mengukur seberapa cepat investasi yang kita lakukan bisa kembali. Kalau periode *payback* ini lebih pendek daripada yang disyaratkan, maka proyek dikatakan menguntungkan, sedangkan kalau lebih lama maka proyek ditolak. Waktu pengembalian usaha tersebut adalah 2 Tahun dan 5 Bulan. Artinya pendapatan yang dihasilkan dalam sisa waktu kurang lebih 3 tahun sudah menjadi keuntungan untuk *COFFEE INSPIRED*.

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Berdasarkan hasil analisis industri yang dilakukan, jumlah perhitungan CPM, *Coffee Inspired* juga lebih unggul dari kedua pesaingnya dengan skor 3,35. Peningkatan persentase pengeluaran rata-rata perkapita dari tahun ke tahun untuk sektor minuman dan makanan jadi semakin meningkat, memberikan peluang yang baik dan keuntungan dalam jangka panjang.

Dalam perhitungan kelayakan bisnis, *Coffee Inspired* selalu melebihi target *Break Even Point* nya, hasil perhitungan NPV juga bernilai positif yang berarti investasinya layak untuk dijalankan, hasil perhitungan *Profitability Index* juga bernilai positif. *Payback period Coffee Inspired* adalah 2 Tahun 5 Bulan. Hasil perhitungan IRR didapatkan sebesar 32,88% lebih dari tingkat suku bunga yang diharapkan yaitu 11,50%, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Coffee Inspired* merupakan usaha yang layak untuk dijalankan dan dapat berkembang dengan baik.



DAFTAR PUSTAKA

Buku Teks :

- David, Fred R (2013), *Strategic Management Concepts and Cases*, Edisi Keempat Belas, Jilid 1, United States: Pearson Prentice Hall
- Ferrell, O.C., Michael D. Hartline, and Geroqe H. Lucas (2002), *Marketing Strategy*, Edisi Kedua, Canada: Thomson Learning
- Husein Umar (2009), *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Ketiga, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Katz, Jerome A., Richard P. Green II (2011), *Entrepreneurial Small Business*, Edisi Ketiga, New York: The McGraw-Hill Companies
- Kian Goenawan (2008), *Panduan Praktis Mengurus Izin Usaha*, Cetakan 3, Yogyakarta : Pustaka Grahatama
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2012), *Principles Of Marketing*, Edisi Keempat Belas, United States: Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2012), *Marketing Management*, Edisi Keempat Belas, Jilid 1, United States: Pearson Prentice Hall
- M. Fuad, Christine H., Nurlela, Sugiarto, Paulus Y.E.F. (2000), *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, Stephen P., Timothy A. Judge (2009), *Organizational Behavior*, Edisi Ketiga Belas, United States: Pearson Prentice Hall
- Suad Husnan dan Suwarsono Muhammad (2008), *Studi Kelayakan Proyek*, Edisi Keempat, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan
- Tim Kwik Kian Gie School of Business (2012), *Pengantar Bisnis : Bahan Perkuliahan*, Jakarta: Kwik Kian Gie School of Business

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Website :

- Angka Kenaikan Inflasi di Indonesia, <http://www.indonesia-investments.com/id/keuangan/angka-ekonomi-makro/inflasi-di-indonesia/item254> diakses 11 Desember 2015
- Biaya Air PAM, <http://www.pamjaya.co.id/pages/info-pelanggan/tarif-air-minum> Di akses 15 Desember 2015
- Biaya Internet, <http://firstmedia.com/> Di akses 15 Desember 2015
- Biaya Listrik, <http://www.blogteknisi.com/2014/08/jenis-jenis-tarif-listrik.html> diakses 15 Desember 2015
- Biaya Pembuatan Perijinan Perusahaan, <http://tamasolusi.com/> diakses 10 Maret 2015
- Definisi Kopi, <http://id.wikipedia.org/wiki/Kopi> diakses 20 Mei 2015
- Kriteria dan Klasifikasi UMKM, <http://peuyeumcipatat.blogspot.com/2013/05/pengertiankriteria-dan-klasifikasi-umkm.html> diakses 20 Mei 2015
- Negara Paling Konsumtif Nomor 4 Se-Asia Pasifik, <http://lampost.co/berita/indonesia-termasuk-negara-paling-konsumtif> diakses 14 Mei 2015
- Optimisme Pertumbuhan Ekonomi, <http://lampost.co/berita/jelang-pemilu-pelaku-bisnis-optimis-ekonomi-meningkat> diakses 14 Mei 2015
- Pokok Pengaturan Pajak, <http://www.pajak.go.id/content/pph-atas-wajib-pajak-peredaran-bruto-tertentu-adalah-untuk-keadilan> diakses 19 Desember 2015
- Rumus IRR, http://web.ipb.ac.id/~tepfteta/ekotek/Minggu_13/M13B1.htm diakses 22 Desember 2015
- Rumus Profitability Index, http://en.wikipedia.org/wiki/Profitability_index diakses 22 Desember 2015
- Syarat Pendaftaran Perusahaan Persero, http://jakarta.go.id/subContent_layanan2.php?menu=syarat&id=77 diakses 1 Juni 2015
- Tingkat Suku Bunga Bank BCA, <http://www.bi.go.id/id/perbankan/suku-bunga-dasar/Default.aspx> diakses 22 Desember 2015
- Tunjangan Hari Raya, <http://www.gajimu.com/main/pekerjaan-yanglayak/akhir-pekan-dan-hari-libur/thr> diakses 5 Oktober 2015
- UMK DKI Jakarta Tahun 2015, <http://nasional.kontan.co.id/news/ump-dki-jakarta-2015-diputuskan-tetap-rp-273-juta> diakses 5 Oktober 2015
- Vanessa Gaffar, Mengelola Organisasi Pemasaran Holistik, http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/PRODI_MANAJ_PEMASARAN_WISATA/VANESSA_GAFFAR/Manajemen_Pemasaran/Mengelola_Organisasi_Pemasaran_Holistik.pdf diakses 10 Juni 2015
- Wikipedia, Definisi Kompensasi, http://id.wikipedia.org/wiki/Kompensasi_%28finansial%29 diakses 4 Oktober 2015
- Wikipedia, Definisi Persediaan Akhir, http://id.wikipedia.org/wiki/Persediaan_akhir diakses 19 Desember 2015
- Wikipedia, Definisi Teknologi, <http://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi> diakses 6 Oktober 2015

Dilarang mengutip atau sebarkan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Hanya Ditunggal Undang-Undang dan Dilarang mengutip atau sebarkan 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.