



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA RESTORAN “KOPI TIAM 88” di JAKARTA

Aswin Wijaya

Mahasiswa Kwik Kian Gie

Brastoro, S.E. M.M.

Dosen Pembimbing I

Business Plan would be beneficial if applied with the good system with the purpose, vision, and mission. The Development of Business Plan allows companies to expand and develop the market share, so it can help companies get a chance to grow larger and stronger in the future.

Pendahuluan

Merek (Brand) menurut para ahli di bidangnya kotler dan Keller (2009:332), adalah identitas tambahan dari suatu produk yang tak hanya membedakannya dari produk pesaing, namun terdiri dari : nama, tanda, gerak, pengertian, desain, warna, huruf. Symbol, lambang, tulisan, dan gabungan dari semuanya, yang merupakan identifikasi para pengenalan produk dan jasa kepada para pelanggan dan konsumen. Sebuah merek (Brand) adalah produk yang memberikan janji produsen kepada konsumen dengan tidak melupakan sebuah konsistensi bahwa sebuah produk akan selalu dapat memuaskan kebutuhan konsumen dan pelanggan sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen dan pelanggan dari sebuah produk.

© 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.



Oleh, karena itu merek merupakan salah satu atribut yang penting dari sebuah produk yang peranan penggunaannya pada saat ini sudah banyak karena beberapa alasan, diantaranya : untuk mengidentifikasi/mengetahui siapa pemiliknya, mendapat perlindungan hukum atas hak paten dan hak cipta dari produk tersebut, pencerminan dari kualitas premium, harga terjangkau yang ditawarkan, memudahkan pada saat pembelian ulang produk tersebut.

Selain penggunaan merek pemilihan lokasi/tempat pendirian usaha juga merupakan salah satu faktor pendukung penting untuk dapat menjamin tercapainya usaha dan tujuan perusahaan di masa depan. Ketepatan dan ketelitian dalam memilih lokasi juga akan berpengaruh terhadap pendapatan dan pencapaian dari suatu kegiatan usaha perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.

ANALISIS INDUSTRI

A. Gambaran Masa Depan

Sebelum menjalankan suatu bisnis seorang wirausahawan muda seharusnya sudah melakukan analisis industri untuk mengetahui lebih jelas tentang trend yang terjadi di pasar sehingga faktor-faktor yang dapat mendukung usaha bisnis ini dapat diketahui lebih awal seperti : permintaan pasar dan persaingan antar pengusaha kuliner. Dalam analisis dan penelitian ini dapat diketahui tentang gambaran masa depan bisnis ini serta tantangan yang akan dihadapi.

Seiring dengan berjalannya usaha ini maka penelitian dilakukan untuk mengetahui jenis menu yang paling diminati oleh konsumen dan juga yang kurang diminati. Promosi juga sering dilakukan dengan pemberian voucher diskon produk menu tertentu dalam jangka waktu tertentu untuk menaikkan jumlah penjualan dan mengetahui respon yang diberikan oleh konsumen. Apabila kegiatan usaha ini berkembang setiap tahunnya maka peluang bagi pengusaha untuk memperluas jaringan usaha akan semakin terbuka lebar.

Selain itu jumlah angka pengangguran yang semakin menurun dari tahun ke tahun juga mendukung usaha kuliner dengan bertambahnya jumlah penduduk produktif yang bekerja dari waktu ke waktu sehingga konsumsi masyarakat akan produk makanan dapat meningkat.



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



Jumlah angkatan kerja di Indonesia pada Februari 2012 mencapai 120,4 juta orang, bertambah sekitar 3,0 juta orang dibanding angkatan kerja Agustus 2011 sebesar 117,4 juta orang atau bertambah sebesar 1,0 juta orang dibanding Februari 2011.

Sumber : www.bisniskeuangan.kompas.com

Tenaga kerja adalah seluruh jumlah penduduk yang dianggap dapat bekerja dan sanggup bekerja jika ada permintaan kerja. Menurut Undang-Undang Tenaga Kerja, mereka yang dikelompokkan sebagai tenaga kerja yaitu mereka yang berusia antara 15 tahun sampai dengan 64 tahun. Angkatan kerja adalah penduduk usia produktif yang berusia 15-64 tahun yang sudah mempunyai pekerjaan tetapi sementara tidak bekerja, maupun yang sedang aktif mencari pekerjaan.

Sumber : id.wikipedia.org/wiki/Tenaga_kerja

B. Analisa Pesaing

Menurut Kotler & Armstrong (2008:64), analisis pesaing adalah: “proses mengidentifikasi para pesaing kunci. Selanjutnya mengkaji tujuan, strategi, kekuatan dan kelemahan, dan pola reaksi mereka, serta memilih pesaing mana yang akan diserang atau dihindari”. SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan. Perusahaan harus menganalisis pasarnya dan lingkungan pemasarannya agar menemukan peluang yang menarik dan mengidentifikasi ancaman dari lingkungannya. Perusahaan harus menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan serta tindakan pemasaran saat ini dan yang mungkin dilakukan untuk menentukan peluang mana yang



paling baik untuk dikejar. Tujuannya adalah untuk mencocokkan kekuatan perusahaan dengan peluang menarik yang ada pada lingkungan, sekaligus menghilangkan atau mengatasi kelemahan dan meminimalisasi ancaman.

Analisis CPM (Competitive Profile Matrix)

Competitive Profile Matrix menurut David (2010;160), mengidentifikasi pesaing-pesaing utama suatu perusahaan serta kekuatan dan kelemahan khusus mereka dalam hubungannya dengan posisi strategis perusahaan. Sampel critical success factors dalam CPM mencakup isu-isu internal maupun eksternal; karenanya, peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan di mana, 4 = sangat baik, 3 = baik, 2 = sedang, dan 1 = buruk

Matriks CPM (Proyeksi Lamaran untuk Bisnis Kopi Tiam 88)

Faktor Penting Keberhasilan	Skor	Kopi Tiam		Gloria		Es Teler 77	
		Peringkat	Skor	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
Harga	0,3	4	1,2	2	0,6	3	0,9
Kualitas Pelayanan	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6
Suasana	0,2	3	0,6	2	0,4	2	0,4
Kualitas Produk	0,3	4	1,2	3	0,9	3	0,9

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan sumber; penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.



Total	1	3,6	2,7	2,8
-------	---	-----	-----	-----



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Hasil dari peringkat es teller 77 dan gloria didapat dari website www.idopenrice.com yang merupakan hasil pemeringkatan yang didapat dari para konsumen yang telah berkunjung ke tempat tersebut dan membagi pengalamannya selama berkunjung tersebut. Hasil yang didapat hampir seperti matriks cpm.

Keterangan :

- Bobot yang memiliki angka tertinggi merupakan faktor paling penting untuk menunjang keberhasilan, jika bobot yang sama berarti dianggap sama pentingnya.
- Total bobot yang diberikan secara keseluruhan berjumlah 1
- Skor adalah hasil perkalian dari bobot dan peringkat.

Faktor yang menentukan kopi tiam 88 mendapat peringkat teratas dalam harga dan kualitas produk adalah penawaran harga paket murah produk seharga Rp10.000, - Rp 25.000,- untuk menarik minat pengunjung kopi tiam juga memberikan manfaat lebih dari produk paket tersebut dengan kandungan gizi, vitamin dan mineral dari makanan tersebut.

Selain itu suasana dari kopi tiam yang oriental juga menjadi factor penentu kesuksesan dengan atmosfer yang mampu menghilangkan kepenatan para pengunjung yang dapat dibuktikan dengan kebiasaan para pengunjung yang betah menghabiskan waktu dengan berlama-lama menikmati fasilitas yang diberikan.

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.



Ⓒ Kualitas layanan juga menjadi tolak ukur kesuksesan kopi tiam 88 dengan pelayanan *delivery order*, ucapan terima kasih, senyuman, sapaan dan pelayanan sigap yang diberikan oleh para karyawan kopi tiam juga memberikan kesan khusus bagi para pelanggan kopi tiam 88.

Ⓒ 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.

Analisis SWOT

	STRENGTH (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)
	<ol style="list-style-type: none">1. Harga yang terjangkau (dapat disesuaikan dengan kemampuan keuangan konsumen/pelanggan)2. Layanan internet wi-fi3. Majalah dan Koran untuk dibaca4. Pelayanan yang baik	<ol style="list-style-type: none">1. Belum dikenal masyarakat luas



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.

OPPORTUNITY (Kesempatan) 1. Adanya trend masyarakat sekarang untuk mencukupi asupan kebutuhan nutrisi/gizi sehari-hari 2. Kesadaran masyarakat untuk hidup sehat 3. Besarnya jumlah pengunjung di Glodok	Strategi SO 1. Inovasi terhadap produknya tetap dilakukan	Startegi WO 1. Menawarkan potongan harga dengan penggunann kartu kredit bank tertentu untuk melakukan pembayaran
THREAT (Ancaman) 1. Konsep dan ide usaha bisa ditiru oleh pesaing	Strategi ST 1. Diskon/potongan harga pada minggu tertentu	Strategi WT 1. Promosi yang gencar untuk menarik minat para calon



<p>2. Brand image para pesaing yang sudah cukup dengan masyarakat</p>	<p>2. Inovasi pada produk-produknya</p>	<p>konsumen untuk menikmati produk</p>
---	---	--

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Segmentasi Pasar

Menurut Kotler dan Armstrong (2002:28), “segmentasi adalah membagi sebuah pasar ke dalam kelompok-kelompok pembeli yang khas berdasarkan kebutuhan karakteristik atau perilaku yang mungkin membutuhkan produksi atau bauran pemasaran yang terpisah dengan mengidentifikasi dan membagi pasar ke dalam kelompok yang berbeda”. Perusahaan dapat menunjukkan suatu strategi pemasaran yang spesifik kepada setiap kelompok.

Basis-basis segmentasi antara lain :

Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis mengharuskan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti Negara, Negara bagian, wilayah, propinsi dan kota.perusahaan dapat beroperasi dalam seluruh wilayah tetapi memberikan perhatian pada variable local.

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.



Berdasarkan Segmentasi geografis, kopi tiam 88 kafe mempunyai target pasar

yaitu dari segmen masyarakat yang tinggal di daerah Glodok Jakarta Barat. Walaupun demikian, bagi pemilik kafe tidak menutup kemungkinan untuk melayani kelompok masyarakat yang berasal dari daerah Jakarta Utara dan Jakarta Timur.

2 Segmentasi Demografis

Segmentasi dilakukan dengan cara pasar di bagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel-variabel demografis seperti, usia, ukuran keluarga, jenis kelamin, penghasilan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas sosial. Variabel demografis ini merupakan dasar yang paling banyak digunakan dalam membuat kelompok pelanggan.

Mayoritas calon konsumen produk makanan dan minuman kopi tiam adalah pria dengan usia >19 tahun dengan latar belakang bermacam-macam seperti : mahasiswa, profesional, pengusaha, ibu rumah tangga dll.

Calon Konsumen yang berusia produktif tersebut pada umumnya datang dengan tujuan bersantai dan menikmati fasilitas yang disediakan serta potongan harga pada periode waktu tertentu.

Harga produk dengan rentang harga \geq Rp 10.000,00 tentunya disesuaikan dengan kantong dan kemampuan daya beli pelanggan.

3 Segmentasi psikografis

Upaya membagi pembeli menjadi kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup atau karakteristik kepribadian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



Para pelanggan kopi tiam 88 kafe umumnya berasal dari kelas menengah dan

menengah ke atas dengan gaya hidup yang modern yang mempunyai kebiasaan mengkonsumsi kopi di kafe serta kepribadian konsumtif.

Harga yang ditawarkan mulai dari harga paket \geq Rp 10.000,00- dengan desain dekorasi yang mewah bernuansa oriental membuat para calon konsumen kelas menengah dan atas betah berlama-lama menghabiskan waktu di kafe kopi tiam sehingga membuat para calon konsumen menengah ke bawah tidak berani datang karena kemewahan yang ditawarkan serta kendaraan mobil dan motor sport yang umumnya menjadi alat transportasi para pengunjung kafe kopi tiam.

4 Segmentasi Perilaku

Upaya membagi suatu pasar sejumlah kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan atau tanggapan konsumen terhadap suatu produk.

D. Rimalan Industri dan Pasar

Target Pasar kopi tiam 88 adalah masyarakat yang terutama kaum muda dan wanita muda yang selalu mengikuti trend gaya hidup baru dan mempunyai kesadaran untuk hidup sehat yang berada di wilayah Jakarta Barat. Walaupun begitu tidak menutup kemungkinan untuk melayani para pelanggan yang berada di luar wilayah Glodok seperti daerah Jakarta Utara, Jakarta Pusat dan Jakarta Timur dengan pelayanan delivery order yang disediakan oleh manajemen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Sarah Singkat dan Lingkup Usaha Perusahaan

Kopi Tiam 88 merupakan Sebuah Resto yang menjual Menu Makanan dan Minuman yang bervariasi dengan berbagai macam cita rasa serta dilengkapi dengan berbagai macam fasilitas yang melengkapi kebutuhan pelanggan. Dengan memperhatikan pemilihan di lokasi Jakarta Barat yaitu daerah Glodok.

Nama Kopi Tiam 88 dipilih Karena nama tersebut sangat populer di masyarakat yang dapat diartikan sebagai warung kopi berkelas yang dilengkapi fasilitas. Konsep restoran dan lounge dibuat untuk menyesuaikan dengan keadaan, kebutuhan masyarakat, dan kondisi suasana di mall agar konsumen dan pelanggan dapat merasakan sensasi pengalaman yang berada pada saat mengkonsumsi berbagai macam kuliner yang ditawarkan resto tersebut.

Kopi Tiam 88 juga memprioritaskan para pelanggan tetap yang sudah lama berlangganan menu makanan dan minuman dengan diskon khusus setiap pembelian menu makanan dan minuman dalam jumlah kuantitas tertentu. Yang tentunya menjadi harapan dari pemilik dan pelanggan dari produk ini adalah keseimbangan nutrisi yang berguna bagi kesehatan pelanggan produk ini di kemudian hari yang turut menjadi nilai tambah bagi menu ini.



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

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.



Tentunya menurut persoalan harga yang ditawarkan terjangkau dan sesuai dengan yang dikeluarkan serta didapat oleh konsumen/pelanggan dilihat dari harga bahan baku yang digunakan, kualitas bahan baku, nilai tambah dari menu makanan tersebut dan minuman yang diberikan disesuaikan dengan nilai keuntungan yang didapat dengan rentang harga Rp. 10.000,- sampai dengan Rp. 25.000,- per porsi.

Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan salah satu faktor yang menentukan sukses atau tidaknya manajemen dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sesuai dengan bidangnya masing-masing. Tujuan dibentuknya struktur organisasi ini adalah agar setiap divisi atau bagian dalam perusahaan dapat bertanggungjawabkan tugasnya kepada atasan yang tepat sesuai dengan struktur yang ada.

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi masing-masing dan tentu mempunyai perbedaan antara satu dengan yang lainnya, tergantung dari tujuan organisasi, sumber daya yang dimilikinya dan lingkungan yang melingkupinya. Namun, pada dasarnya mempunyai prinsip yang sama, yaitu tercapainya tujuan secara efektif dan efisien. Struktur organisasi suatu perusahaan memberikan gambaran tentang posisi dan hubungan antara semua unit kerja yang ada dalam perusahaan sehingga memungkinkan tercapainya komunikasi, koordinasi, dan pengintegrasian seluruh kegiatan organisasi, baik secara vertikal maupun horizontal. Struktur organisasi perusahaan yang disusun secara tepat merupakan salah satu unsur terpenting bagi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

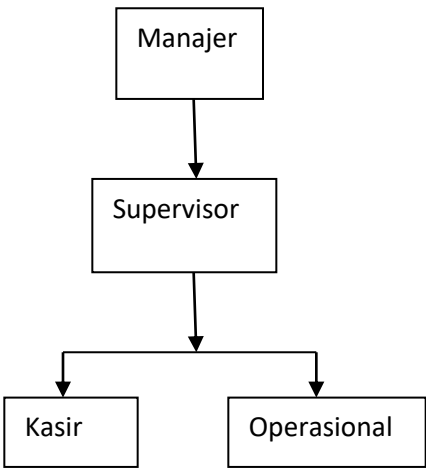
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

terciptanya pengendalian internal yang baik. Berikut ini adalah gambar struktur organisasi Kopi

Tiam 88 :

Gambar 6.1
Struktur Organisasi Kopi Tiam 88



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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Aspek Jasa

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang (Kamus Besar, Deskripsi dari pelayanan)

Sumber : www.kamusbesar.com

Setiap usaha harus memiliki perencanaan jasa dan operasional agar saat usaha dijalankan para pelaku bisnis yang berkepentingan memiliki langkah-langkah yang harus dilakukan sehingga semua aktivitas dapat berjalan dengan efektif.

Kopi Tiam 88 merupakan usaha yang berbentuk rukan (rumah perkantoran/ruko) sehingga proses operasional dimulai dari melakukan pembelian bahan baku dari supplier. Bahan baku yang disuplai secara berkelanjutan adalah bahan-bahan berkualitas yang merupakan bahan baku utama. Setelah itu dilakukan pengolahan bahan baku yaitu memotong dan membersihkan bahan-bahan untuk display. Proses pelayanan secara langsung pada calon konsumen dimulai dari saat calon konsumen datang ke counter kemudian staff restoran datang menghampiri serta mencatat pemesanan menu yang

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.



diinginkan oleh calon konsumen tersebut. Staff restoran harus melayani calon konsumen dengan baik dan ramah serta memberikan penjelasan tentang menu makanan dan minuman yang dibutuhkan calon konsumen bila diperlukan. Kasir akan menginput pesanan pada computer. Sebelum konsumen selesai menikmati makanan dan minuman yang telah disajikan staff restoran akan datang menyerahkan tagihan dari pesanan yang telah diinput oleh kasir. Setelah itu barulah konsumen membayar sejumlah uang yang tertera pada struk pembayaran.

Sebagai salah satu sarana promosi Kopi Tiam 88 memberikan voucher senilai Rp 5.000,- untuk pembelian sebesar Rp 100.000,-. Voucher dapat digunakan untuk pembelian produk makanan dan minuman di Kopi Tiam 88 pada pembelian berikutnya. Berdasarkan pesanan bagian operasional akan memproses pesanan tersebut dan memberikan pada konsumen. Untuk memperjelas proses operasional Kopi Tiam 88 tergambar dalam gambar 5.1 di bawah ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

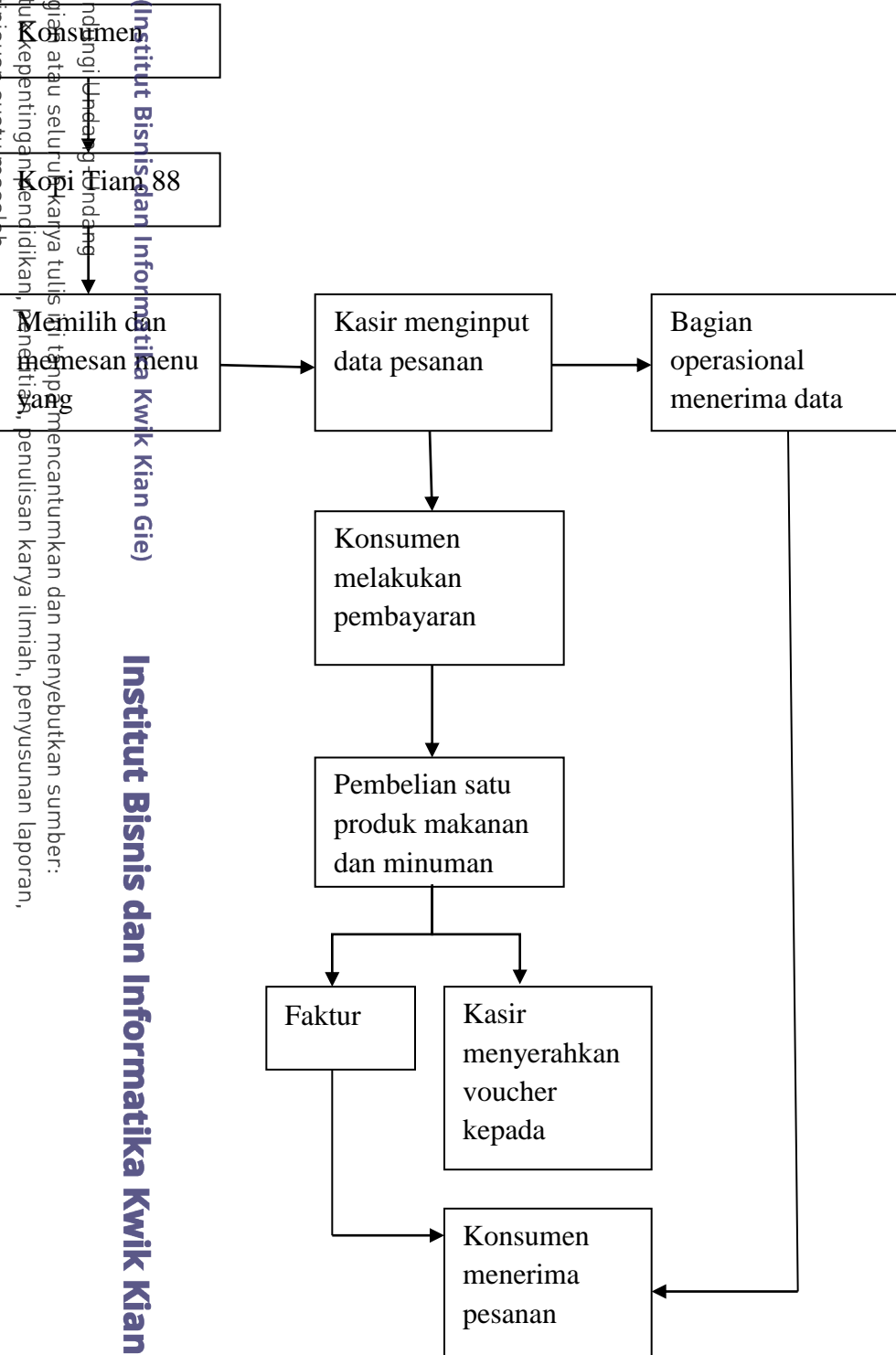
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tulisan ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian 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.



Gambar 4.4

Alur Pelayanan Kopi Tiam 88 terhadap Konsumen

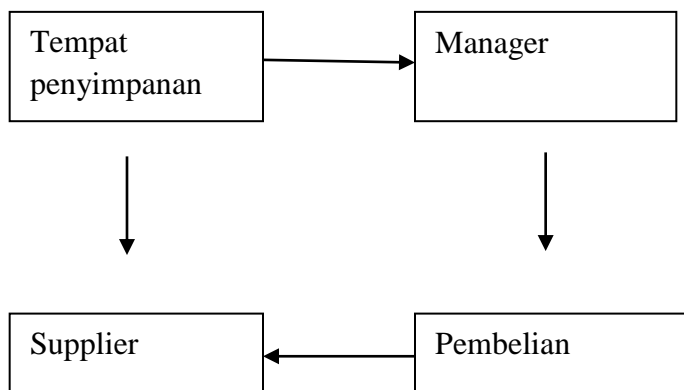


Proses Produksi

Proses produksi adalah suatu cara, metode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan factor produksi yang ada. Untuk proses produksi dari pengiriman bahan baku dari supplier hingga diterima oleh Kopi Tiam 88 ditunjukkan dalam gambar 5.2 di bawah ini:

Gambar 4.2

Proses Produksi Kopi Tiam 88



Distribusi

Saluran distribusi menurut Kotler dan Armstrong (2010:363), adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang membantu dalam proses membuat produk atau jasa yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.

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.



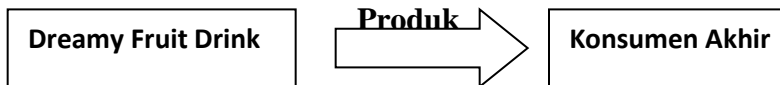
Saluran pemasaran berfungsi untuk menggerakkan barang dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari mereka yang memerlukan atau menginginkannya.

Ada dua jenis tingkat saluran distribusi, yaitu saluran pemasaran langsung atau saluran tingkat nol terdiri dari produsen yang menjual langsung ke konsumen akhir. Jenis yang kedua adalah saluran pemasaran tidak langsung. Saluran pemasaran tidak langsung adalah saluran yang mencakup satu tingkatan perantara atau lebih.

Kopi Tiam 88 menggunakan saluran pemasaran langsung atau saluran tingkat nol karena pemberian jasa akan diberikan secara langsung kepada konsumen akhir.

Gambar 5.1

Saluran Distribusi Kepada Konsumen



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.



KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah pembahasan mengenai Rencana Bisnis Kopi Tiam 88 di Jakarta, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Kopi Tiam 88 adalah suatu unit usaha yang bergerak di bidang restoran yang menjual menu makanan dan minuman. Konsep dari Kopi Tiam 88 adalah menawarkan produk menu yaitu makanan dan minuman dengan kualitas yang baik dan harga yang kompetitif.

Segmentasi pasar yang dituju yaitu segmentasi geografis dan demografis yang meliputi segala usia yang berada di daerah Glodok, Jakarta Barat. Sedangkan segmentasi geografis dari Kopi Tiam 88 yaitu konsumen yang suka akan makanan oriental.

Aswin merupakan pemilik tunggal dari Kopi Tiam 88, yang merupakan calon lulusan Sarjana Strata 1 Kwik Kian Gie School of Business Program Studi Manajemen Konsentrasi Wirausaha.

Kopi Tiam 88 terletak di daerah glodok, Jakarta Barat dan menggunakan 100% modal sendiri sehingga tidak ada pembagian keuntungan dengan pihak manapun. Modal yang dikeluarkan pemilik untuk mendirikan usaha ini adalah sebesar Rp. 1.000.000.000,-. Dana ini akan digunakan pemilik untuk biaya pembelian peralatan sebesar Rp. 800.000.000,- , pembelian perlengkapan sebesar Rp. 2.500.000,- , biaya sewa tempat sebesar Rp. 150.000.000,- , biaya pemasaran sebesar Rp. 12.000.000,- , dan yang terakhir adalah cadangan kas sebesar Rp. 750.500.000,- ,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institusi 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.



Proyeksi laporan keuangan dilakukan untuk mengukur penilaian kinerja perusahaan. Penilaian kelayakan bisnis menggunakan beberapa metode penilaian investasi. Hasil dari penilaian kelayakan investasi diketahui perusahaan layak perusahaan layak untuk dijalani dengan NPV positif selama 5 tahun sebesar Rp. 2.293.806.139,- , Penilaian investasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dilakukan dengan menghitung Profitability Index yaitu sebesar 4,587612386 dengan kesimpulan layak dijalankan karena nilainya lebih dari satu ($PI > 1$) dengan Payback Period dalam 1 tahun 7 bulan 1 hari dan analisis Internal Rate of Return adalah sebesar 65% lebih besar dari 5,75% (*weight average of capital*) yang ditetapkan oleh Bank Indonesia sehingga bisnis ini layak untuk dijalankan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Saran

Setelah mendapatkan kesimpulan berdasarkan analisis yang telah dilakukan, berikut beberapa saran yang dapat penulis berikan :

Restoran Kopi Tiam 88 sebaiknya memberikan pelatihan-pelatihan dasar penggunaan komputer dan sistem kepada seluruh karyawan terkait agar dapat mengoperasikan sistem baru dengan baik dan sebagaimana mestinya, karena jika tidak disertai pelatihan, para karyawan mungkin akan kesulitan memahami fungsi-fungsi yang terdapat dalam sistem Manajemen Perusahaan sehingga akan semakin menghambat kegiatan operasional.

Restoran Kopi Tiam 88 diharapkan dapat melanjutkan perancangan sistem Manajemen Perusahaan serta mengimplementasikan sistem Manajemen tersebut dalam kegiatan operasi

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.

perusahaan, sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan berpeluang untuk memiliki pertumbuhan yang lebih besar.

Selain perusahaan Kopi Tiam 88 hendaknya mengupdate data dan informasi terbaru yang berhubungan dengan Kuliner secara rutin.

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.





DAFTAR PUSTAKA

David, Fred R. (2010). Manajemen Strategis Konsep, Edisi 12, Jakarta: Salemba Empat.

Freddy Rangkuti, (2008). Business Plan: Teknik Membuat Perencanaan Bisnis & Analisis Kasus, Cetakan ke-3 Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Henry Simamora. (2006). Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi III. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN

Hasan Umar. (2009). Studi Kelayakan Bisnis, Edisi 3. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Kian Gohawan. (2008). Panduan Praktis Mengurus Izin Usaha. Yogyakarta : Pustaka Grhatama

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2008), Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12 Indonesia, Buku 1, Alih Bahasa : Bob Sabran, Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2008), Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12 Indonesia, Buku 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip dan Keller (2007), Manajemen Pemasaran, Edisi Ke-12, Jilid 1, Terjemahan oleh Benyamin Molan, Jakarta, Penerbit Indeks.

(2007), Manajemen Pemasaran, Edisi Ke-13, Jilid 2, Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip dan Keller (2009), Manajemen Pemasaran, Edisi Ke-13 Indonesia, Buku 1, Alih Bahasa : Bob Sabran, Jakarta : Erlangga.

(2009), Manajemen Pemasaran, Edisi Ke-13 Indonesia, Buku 1, Alih Bahasa : Bob Sabran, Jakarta : Erlangga.



Ronny Kountur. (2006). Manajemen Resiko. Jakarta : Abdi Tandur

<http://bi.go.id>

<http://bps.go.id>

<http://kependudukancapil.go.id>

<http://pajak.go.id>

<http://scribd.com>

<http://detik.com>

<http://okzone.com>

<http://medeka.com>

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

. Dilarang menyalin atau menggandakan seluruh atau sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipannya 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.