**“RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA *COFFEE SHOP* KOPI JUMBO”**

**Bimasakti Yoga Pratama**

Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

[bimasakti@bimatama.com](mailto:Michael980511@gmail.com)

**Rita Eka Setianingsih, S.E, M.M**

Pembimbing

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

# ABSTRAK

Bimasakti Yoga Pratama / 74150390 / 2019 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha *COFFEE SHOP* “KOPI JUMBO” di Jakarta Utara / Dosen Pembimbing: Rita Eka Setianingsih, S.E.,M.M.

KOPI JUMBO merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang memiliki konsep bisnis yaitu sebuah *Coffee Shop*. KOPI JUMBO menjual berbagai variasi minuman kopi yang memiliki ukuran lebih besar dari biasanya. KOPI JUMBO akan membuka usahanya di daerah Kelapa Gading, Jakarta Utara.

KOPI JUMBO memiliki visi yaitu “Menjadi *coffee shop* pilihan utama masyarakat yang memiliki daya saing tinggi se Jabodetabek”. KOPI JUMBO juga memiliki misi untuk menjadi pilihan pertama pelanggan dalam memilih kedai kopi, kemudian menciptakan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan dan kualitas kopi yang terbaik.

Seperti halnya bisnis yang lain, strategi pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek yang ditawarkan. Dalam hal ini KOPI JUMBO berencana menggunakan sosial media, spanduk dan mengadakan acara tertentu di *Coffee Shop* tempat KOPI JUMBO menjalankan usahanya.

nvestasi awal yang dibutuhkan KOPI JUMBO sebesar Rp. 421.210.000 yang digunakan untuk cadangan kas, biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya sewa ruko, serta biaya renovasi. Investasi awal ini merupakan hibah orang tua dan modal sendiri. Hasil analisis keuangan menunjukkan bahwa pada BEP nilai *sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Untuk NPV memperoleh nilai sebesar Rp. 636.593.148. Untuk *payback period* diperoleh 1 tahun 5 bulan 19 hari dengan batas maksimal 5 tahun, sedangkan untuk *Profitability Index* menunjukkan hasil lebih dari 1 yaitu 1,511 yang berarti proyek diterima. Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah bisnis KOPI JUMBO layak untuk dijalankan.

**Kata Kunci : Rencana Pendirian Usaha, Kedai Kopi**

**ABSTRACT**

Bimasakti Yoga Pratama / 74150390 / 2019 / *Business Plan of coffee shop* “KOPI JUMBO” *in North Jakarta / Supervisor*: Rita Eka Setianingsih, S.E.,M.M.

KOPI JUMBO *is a business engaged in food and beverage that has a business concept, namely a coffee shop.* KOPI JUMBO *sells a various types of coffee drinks that have more bigger size than usual.* KOPI JUMBO *will open its business in Kelapa Gading, North Jakarta.*

KOPI JUMBO *have a vision that is " To be the Society first choice of Coffee Shop that has high competitiveness on Jabodetabek “. Kopi Jumbo also has a mission to be the first choice of customers in choosing a coffee shop, and then creating customer satisfaction by providing the best service and the best coffee quality.*

*Like other businesses, a marketing strategy is needed to increase public awareness of the brands offered. In this case Kopi Jumbo plan to use social media , banner and hold a certain events at the coffeeshop where* KOPI JUMBO *runs it’s business.*

*The initial investment required by* KOPI JUMBO *is Rp* 421.210.000,00*used for cash reserves, equipment costs, equipment costs, shop rental fees, and renovation costs. This initial investment is a parent's grant and own capital. The results of financial analysis show that the BEP of sales value is higher than the costs incurred. For NPV get a value of Rp.* 636.593.148,00*. For payback period obtained in 1 year 5 months 19 days with maximum limits 5 years, for Profitability Index show results more than 1 that is 1,511 which means the project is accepted. The conclusion of Financial feasibility analysis is* KOPI JUMBO *business is feasible to run.*

*Keywords: Business Plan, Coffee Shop*

**PENDAHULUAN**

**Konsep Bisnis**

KOPI JUMBO merupakan sebuah *coffee shop* yang menjual kopi dengan porsi yang besar yang tidak hanya dapat dinikmati oleh satu orang saja melainkan dapat dinikmati oleh 2-6 orang untuk satu porsinya, varian kopi mulai dari 700ml hingga 2,5 liter menjadi menu kopi yang dihidangan di *coffee shop* ini, selain mengambil konsep kebersamaan dengan teman-teman maupun kelompok, penulis juga menggunakan kopi lokal untuk produksi kopi di *coffee shop* ini, selain karena rasanya yang nikmat dan lebih kuat, kopi lokal pun sudah banyak diterima dan dikenal di kalangan masyarakat.

KOPI JUMBO juga menyediakan makanan dan minuman seperti, *non-coffee*, *cookies, brownies,* dan makanan lainnya seperti kentang, *onion rings, chicken katsu* yang membuat KOPI JUMBO ini menjadi lebih bervariasi karena tidak hanya menjual kopi saja.

**Visi dan Misi Perusahaan**

1. Visi : Menjadi *coffee shop* pilihan utama masyarakat yang memiliki daya saing tinggi se Jabodetabek
2. Misi :
3. Menjadi pilihan pertama pelanggan dalam memilih kedai kopi.
4. Menciptakan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik.
5. Memberikan kualitas rasa kopi terbaik bagi pelanggan.

**Peluang Bisnis**

Peluang pasar yang ada terlihat dimana sekarang banyak sekali masyarakat yang mengkonsumsi kopi, menurut pencatatan bahwa setiap tahunnya tingkat konsumsi masyarakat Indonesia terhadap kopi terus meningkat.

Penulis memilih bisnis didaerah kelapa gading, karena melihat pertumbuhan ekonomi di wilayah Kelapa Gading yang terus meningkan dan semakin baik setiap tahunnya serta prospek bisnis yang menjanjikan karena pesaing yang masih terbatas membuat penulis yakin untuk mendirikan bisnis *Coffee Shop* ini di wilayah Kelapa Gading.

Selain itu, didukung dengan adanya survei mengenai jumlah penikmat kopi di Indonesia yang selalu mengalami peningkatan, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/05/12/jumlah-petanitenaga-kerja-kopi-arabika-perkebunan-rakyatdi-kabupaten-lampung-barat-lampung-2013-2014>. Jadi menurut saya peluang pendirian *Coffee Shop* ini masih sangat bagus untuk didirikan pada masa Sekarang, terutama di wilayah Kelapa Gading.

**Kebutuhan Dana**

Sumber Pendanaan KOPI JUMBO ini berasal dari pendanaan pribadi dengan orang tua sebagai sumber dana. Hal ini dilakukan atas dasar menyadari besarnya resiko pengembalian serta adanya beban bunga dan juga tanggung jawab pengelolaan keuangan. Total kebutuhan dana yang diperlukan KOPI JUMBO pada tahun pertama adalah sebesar Rp. 421.210.000,-.

**RENCANA PRODUK, KEBUTUHAN OPERASIONAL, DAN MANAJEMEN**

**Rencana Alur Produk**

**Bagan 1**

**Alur Proses Produk KOPI JUMBO**

Sumber : KOPI JUMBO

**Rencana Alur Pembelian**

**Bagan 2**

**Rencana Alur Pembelian**

Sumber : KOPI JUMBO

**Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha**

Teknologi adalah segala sesuatu yang memiliki peranan penting untuk mendukung aktivitas bisnis terutama dalam *Coffee Shop*, mulai dari proses produksi, proses pendataan, dan yang lainnya. Berikut adalah daftar teknologi dan peralatan usaha yang digunakan oleh perusahaan KOPI JUMBO dalam mendukung aktivitas bisnisnya:

* 1. Mesin Kopi Breville Infuser Espresso Coffee Maker Machine BES840

KOPI JUMBO menggunakan mesin kopi Breville untuk memproduksi setiap produk kopinya, mesin kopi multifungsi ini sudah tergolong modern sehingga dapat meningkatkan efisiensi dalam memproduksi kopi di KOPI JUMBO.

* 1. GEA-GETRA ELEKTRIK DEEP FRYER EF-88

KOPI JUMBO menggunakan *fryer* elektrik untuk mempermudah proses pemasakan makanan yang ada di KOPI JUMBO agar semakin efektif dan dapat mempersingkat waktu pemasakan.

* 1. Blender Hamilton Beach HBB250S

Mesin blender yang digunakan KOPI JUMBO untuk membuat minuman *blended* dan minuman lainnya.

* 1. Mesin Thermal Printer Kasir

Mesin printer yang digunakan sudah memiliki fitur *Bluetooth* sehingga dapat dioperasikan langsung melalui handphone yang dapat digunakan kasir untuk memproses pesanan pembeli.

* 1. Samsung Galaxy Tab A

Untuk memproses orderan pelanggan, kasir memanfaatkan *software* yang sudah di pasang di tablet Samsung Galaxy Tab A, sehingga akan memudahkan kasir untuk merekap laporan penjualan.

**STRATEGI BISNIS**

**Pemasaran**

*Segmentation*, *targeting*, dan *Positioning*

1. Segmentasi Geografis

Pada segmen ini pasar dibagi menurut menjadi beberapa bagian geografi seperti wilayah provinsi, desa dan kota. Daerah geografi yang dianggap potensial dan menguntungkan bisa dijadikan sebagai target operasi KOPI JUMBO. Segmentasi KOPI JUMBO bedara di wilayah Jakarta dengan fokus utama area Kelapa Gading karena Kelapa Gading menjadi pusat utama kuliner di wilayah Jakarta Utara.

1. Segmentasi Demografis

Segmentasi ini mengelompokkan pasar menjadi beberapa variabel seperti usia dan pendapatan. Untuk kelompok usia, pasar yang dituju oleh KOPI JUMBO memiliki target konsumen dengan kisaran usia 17 sampai 40 tahun. Untuk kelompok pendapatan, KOPI JUMBO akan berfokus pada semua kalangan baik itu menengah bawah hingga menengah atas.

1. Segmentasi Psikografis

Dalam segmentasi psikografis dibagi dalam sejumlah kelas sosial, karakteristik personal atau gaya hidup. KOPI JUMBO sendiri berfokus pada segmen konsumen dengan kelas sosial menengah atas yang memliki gaya hidup yang modern, kekinian yang masih suka nongkrong di sebuah *Coffee Shop* bersama dengan teman-temannya.

Di dalam upaya melakukan promosi, terdapat berbagai macam cara yang dapat dilakukan, berikut adalah promosi yang dilakukan oleh KOPI JUMBO:

1. *Public Relation*
   1. *Press releases*

KOPI JUMBO merupakan *Coffee Shop* baru yang masih belum dikenal oleh masyarakat khususnya para penggemar kopi. Oleh karena itu KOPI JUMBO bekerjasama dengan beberapa media cetak maupun online seperti majalah dan website untuk meliput dan memberikan review mengenai produk KOPI JUMBO.

1. *Event*

Membuat *event* khusus seperti *workshop* tentang kopi dan juga bekerjasama dengan *media online* seperti contohnya mengadakan perlombaan *game* yang dilakukan di lokasi KOPI JUMBO dan direview langsung oleh *blogger* maupun *vlogger* untuk mempublikasikan acara dan tempat KOPI JUMBO.

1. *Direct Marketing*

Saat ini kita memasuki zaman dimana media sosial menjadi hal yang penting dan wajib digunakan oleh masyarakat dari segala kalangan usia. Segala informasi yang terjadi di lingkungan sekitar didapat langsung dari media sosial. Maka dari itu penyebaran informasi yang paling cepat sampai kepada target adalah melalui media sosial, sehingga penulis yakin bahwa media sosial adalah sarana yang baik dalam melakukan sebuah promosi dan paling efektif untuk sampai kepada target pasar yang dituju. Dengan memanfaatkan *platform* yang saat ini paling banyak digunakan terutama kalangan muda yaitu *Instagram* dan *Line.* Didukung dengan fitur-fitur yang dapat mengungah foto, memberikan keterangan gambar hingga review dari konsumen maka dapat membantu dalam memberikan informasi mengenai produk hingga promo-promo yang berlaku saat ini, dan juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemberian *feedback* dari konsumen untuk kemajuan KOPI JUMBO.

1. *Sales Promotion*

Membuat promo-promo potongan harga ketika melakukan pembayaran melalui metode tertentu yang telah bekerjasama dengan KOPI JUMBO seperti OVO dan GO-PAY. KOPI JUMBO juga memberikan promo buy 1 get 1 pada waktu tertentu seperti di hari besar saja.

**Organisasi**

Struktur organisasi yang dipakai oleh KOPI JUMBO adalah struktur sederhana , dikarenakan KOPI JUMBO termasuk usaha kecil dengan pemilik bertindak sebagai manajer yang memiliki posisi tertinggi dalam perusahaan.

Berikut adalah rincian kompensasi yang diberikan untuk para karyawannya:

1. Gaji Pokok

Gaji pokok adalah imbalan dasar yang dibayarkan kepada pekerja menurut Upah Minimum Provinsi (UMP) Jakarta 2019, yaitu sebesar Rp. 3.940.973. Untuk gaji manajer sebesar Rp 4.700.000, untuk kepala bagian dapur sebesar Rp. 4.200.000, untuk gaji staff bagian dapur sebesar Rp 3.900.000, untuk gaji bagian kasir dan pelayan sebesar Rp 3.900.000 dan unuk gaji bagian keuangan sebesar Rp 4.200.000

1. Tunjangan Hari Raya (THR)

Tunjangan Hari Raya (THR) diberikan setiap setahun sekali satu minggu sebelum Hari Raya Lebaran setiap tahunnya sesuai dengan peraturan Menteri Tenaga Kerja Indonesia Nomor Per-04/ MEN/ 1994 dalam UU No 4 Tahun 1994 tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaaan Bagi Pekerja di Perusahaan. Tunjangan ini diambil dari satu kali gaji pokok masing-masing karyawan.

**Keuangan**

Proyeksi penjualan pada tahun ke tahun meningkat sebesar 10%. Lalu Pajak yang diterapkan pemerintah sebesar 0,5% dari laba sebelum pajak.

Analisis keuangan yang dilakukan yaitu nilai BEP, *net present value* (NPV), *profitability index* (PI) dan *payback period* (PP). Hasilnya diperoleh bahwa pada BEP nilai Sales lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan, untuk NPV didapat yaitu 636.593.148, sedangkan untuk *Payback Period* diperoleh 1 tahun 5 bulan 19 hari dengan batas maksimal 5 tahun, dan yang terakhir perhitungan PI dengan hasil 1,511 di atas 1. Berdasarkan analisis tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

**Pengendalian Resiko**

1. Munculnya pesaing dengan konsep baru

Agar KOPI JUMBO dapat mengantisipasi masalah pesaing ini, maka KOPI JUMBO akan terus melihat tren yang berlaku saat ini, selalu melakukan inovasi agar tidak tertinggal dari pesaing. Setiap adanya perubahaan harus dilakukan evaluasi agar dapat mengetahui kesalahan apa yang dilakukan dan dapat diperbaiki, sehingga dapat meminimalisir kesalahan yang akan dilakukan di invoasi selanjutnya.

1. Menu makanan dan minuman yang kurang variatif

Untuk mengantisipasi tertinggalnya variasi makanan dan minuman, maka KOPI JUMBO mengatasinya dengan cara melakukan inovasi menu mengikuti tren yang berlaku saat ini, jika dirasa konsumen sudah mulai bosan, maka KOPI JUMBO harus segera melakukan inovasi terhadap menu yang baru, akan dilakukan survey setiap bulannya kepada konsumen agar KOPI JUMBO terus dapat melakukan inovasi dan memenuhi kemauan konsumen.

1. Kualitas Produk

Untuk mengatasi masalah kualitas produk yang tidak bisa selalu sama, KOPI JUMBO mengatasinya dengan melakukan standarisasi produk dengan memberikan takaran yang tepat dan tidak bisa berubah agar para pekerja dapat menghasilkan produk dengan rasa yang sama, untuk mengatasi masalah kualitas produk dari pemasok, maka KOPI JUMBO akan mencari pemasok lain jika dirasa produk yang diminta sudah tidak sama lagi kualitasnya.

1. Masalah Pemasok

KOPI JUMBO tidak terpaku terhadap satu pemasok saja, sehingga ketika masalah dengan pemasok terjadi, maka KOPI JUMBO dapat mencari pemasok lain yang dapat memenuhi kebutuhan KOPI JUMBO.

1. *Human Error*

Langkah KOPI JUMBO untuk mengatasi *human error* adalah dengan mengadakan training dan penilaian pegawai setiap bulannya, setiap kesalahan yang dilakukan oleh konsumen harus segera di evaluasi agar kesalahan tersebut tidak terulang lagi, untuk menambah keseriusan pekerja dalam bekerja, setiap kesalahan yang terjadi karena kecerobohan pekerja, maka menjadi tanggung jawab dari pekerja tersebut, jika kesalahan yang dilakukan cukup berat dan mengancam keberlangsungan usaha KOPI JUMBO, maka KOPI JUMBO akan memberikan langkah tegas terhadap pekerja tersebut.

1. Kecurangan yang dilakukan oleh tenaga kerja

Dalam sebuah usaha yang baru berjalan, tentunya terdapat banyak celah yang dapat dimanfaatkan oleh pekerja, kecurangan yang dapat dilakukan biasanya adalah pencurian peralatan, perlengkapan dan pencurian resep perusahaan, untuk mengatasi hal ini, maka KOPI JUMBO memanfaat CCTV untuk kemanan toko, setiap barang akan dilakukan pengecekan, setiap pekerja yang ketahuan melakukan pencurian akan dilakukan pemberhentian hak kerja, dan untuk menjaga keamanan resep, maka setiap konsumen akan dilakukan tanda tangan kontrak diatas materai untuk menjaga kerahasiaan produk yang ada di KOPI JUMBO, jika suatu saat nanti pekerja terbukti menjual produk yang sama dari segi bahan baku dan cara membuatnya, maka dapat dipidanakan.

# DAFTAR PUSTAKA

**Buku Teks:**

Aaker, David A. 2013. Manajemen Pemasaran Strategi. Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.

David, Fred R. (2013), *Strategic Management*, Edisi Ke-14, Global Edition, United Stated: Pearson Education.

Dessler, Gary (2013), *Human Resources Management*, Edisi Ke-13, Global Edition, United States: Pearson Education.

Gitman, Lawrence J., Zutter, Chad J. (2015), *Principle of Managerial Finance,* Edisi Ke-14, Global Edition, United States: Pearson Education

Heizer, J., Render B. (2016), *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management,* Edisi Ke-12, Global Edition, United States: Pearson Education

Hisrich, R.D., Peters, M.P., PD & Shepherd, D.A. (2010), *Entrepreneurship: Eighth Edition*, Singapore: McGraw-Hill

Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Robbins, Stephen P. (2015), *Organizational Behaviour*, Edisi Ke-7, Global Edition, United States: Pearson Education.

**Undang Undang :**

Peraturan Mentri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 77/M-DAG/PER/12/2013 tentang penerbitan surat izin usaha perdagangan dan tanda daftar perusahaan secara silmutan bagi perusahaan perdangan

Undang-Undang Republik Indonesia No.13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan Bab I pasal 1 ayat 30

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bab I pasal 1

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bab IV pasal 6

Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional

**Sumber Internet:**

Tren *Coffee Shop*, Konsumsi Kopi Orang Indonesia Meningkat, Diakses Februari 2019

<https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kuliner/1016557-tren-coffee-shop-konsumsi-kopi-orang-indonesia-meningkat>

Konsumsi Kopi di Indonesia 2000 – 2016, Diakses Februari 2019

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-indonesia>

Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia Per Provinsi 2017, diakses Maret 2019

<https://www.bps.go.id/publication/2017/12/28/b7f6c6416d1f53e29ad61edd/pengeluaran-untuk-konsumsi-penduduk-indonesia-per-provinsi--maret-2017.html>

Harga Ruko 2 lantai di kelapa gading, Diakses April 2019

<https://www.olx.co.id/iklan/ruko-disewakan-disewakan-ruko-2-lantai-murah-di-kelapa-gading-IDzdm5K.html?ad_type=OR#a08d739553>

Tarif Listrik Rumah Tangga per Juli 2018, diakses November 2018

<https://listrikdirumah.com/2018/07/17/tarif-listrik-juli-2018/>

Tarif Air Minum PDAM Jakarta per 2018, diakses November 2018

<http://pamjaya.co.id/id/customer-info/drinking-water-tariff>

Harga peralatan, perlengkapan dan bahan baku, Diakses Februari 2019

Tokopedia.com, bukalapak.com