**“RENCANA PENDIRIAN USAHA KEDAI KOPI NYANTAI YUK!”**

**Dealita Viena Lestari**

Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

[deaalitaa@gmail.com](mailto:Michael980511@gmail.com)

**Martha Ayerza Esra, 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

Dealita Viena Lestari / 71150447 / 2019 / Rencana Pendirian Usaha Kedai Kopi “Nyantai Yuk!” di Cempaka Putih, Jakarta Pusat / Ibu Martha Ayerza Esra,S.E,.M.M.

Penulis mambuat rencana bisnis sebuah kedai kopi karena, kedai kopi saat ini sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat. Selain itu menikmati kopi di kedai kopi langsung telah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia saat ini. Lalu kedai kopi bisa juga digunakan sebagai tempat pertemuan, nongkrong, maupun digunakan sebagai tempat rapat atau untuk beberapa acara tertentu yang membutuhkan suasana yang berbeda.

Penulis membuat kedai kopi “Nyantai Yuk!” memiliki konsep dimana para pelanggan bisa bersantai, maksudnya adalah para pelanggan sudah lelah untuk bekerja, sibuk dengan tugas atau pekerjaannya, dan ketika masuk ke dalam kedai kopi ini para pelanggan bisa rileks. Kedai kopi “Nyantai Yuk!” berlokasi di Cempaka Putih Raya, Jakarta Pusat dikarenakan belum ada kedai kopi yang menjamur di daerah sana. Kedai kopi “Nyantai Yuk!” memiliki ruangan khusus yang bisa digunakan untuk acara meeting atau acara yang membutuhkan ruangan pribadi. Perencanaan bisnis ini dibuat untuk mengatahui proyeksi persaingan dalam industri kedai kopi, kedai kopi “Nyantai Yuk!” percaya dengan strategi pemasaran dan diferensiasi yang dimiliki maka dapat bersaing dengan para pesaing-pesaing yang ada.

Selain itu, perencanaan bisnis ini dibuat untuk mengetahui peluang, segmentasi, dan menghitung nilai kelayakan bisnis kedai kopi “Nyantai Yuk!”. Dengan nilai Investasi awal sebesar Rp. 310.646.270,00. Berdasarkan dari studi kelayakan, didapatkan payback period dapat dicapai dalam kurun waktu 1 tahun 4 bulan 10 hari, NPV tahun pertama bernilai positif.

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

***ABSTRACT***

*Dealita Viena Lestari / 71150447 / 2019 / The Business Plan of Coffee Shop “Nyantai Yuk!” in Cempaka Putih, Central Jakarta / Ms. Martha Ayerza Esra, S.E, .M.M.*

*The author makes a business plan for a coffee shop because, now coffee shops are familiar in the community. Besides enjoying coffee in the coffee shop has become a lifestyle of the people of Indonesia today. Then the coffee shop can also be used as a meeting place, hang out, or for certain events that require a different atmosphere.*

*The author makes the coffee shop "Nyantai Yuk!" Has a concept where customers can relax, meaning that customers are tired to work, busy with their duties or work, and when entering into this coffee shop customers can relax. The "Nyantai Yuk!" Coffee shop has a special room that can be used for meetings or events that require a private room.This business plan was made to know the projections of competition in the coffee shop industry, the coffee shop "Nyantai Yuk!" believe in the marketing strategy and differentiation that is owned then can compete with existing competitors.*

*In addition, this business plan was made to find out opportunities, segmentation, and calculate the value of the coffee shop's business feasibility "Nyantai Yuk!". With an initial investment value of Rp. 310.646.270,00. Based on the feasibility study, the payback period can be achieved within 1 year 4 months 10 days, the first year NPV is positive.*

*Keywords: Business Plan, Coffee Shop*

**PENDAHULUAN**

**Konsep Bisnis**

Penulis membuka kedai kopi “ Nyantai Yuk!” memiliki konsep dimana para pelanggan bisa bersantai, maksudnya adalah para pelanggan sudah lelah untuk bekerja, sibuk dengan tugas atau pekerjaannya, dan ketika masuk ke dalam kedai kopi ini para pelanggan bisa rileks. Kedai kopi “ Nyantai Yuk!” berlokasi di daerah Cempaka Putih dikarenakan belum ada kedai kopi yang menjamur di daerah sana. Kedai kopi Nyantai Yuk! memiliki ruangan khusus yang bisa digunakan untuk acara *meeting* atau acara yang membutuhkan ruangan *privacy*.

Kedai kopi Nyantai Yuk! memilki menu spesial dimana kedai kopi lainnya belum ada yang menjual. Menu spesial yang kita tawarkan adalah Kopi Susu Manual, dimana kopi susu ini berbeda dari kedai kopi lain, karena kopi susu manual ini dibuat secara manual dengan menggunakan metode V60 dan pelanggan bisa memilih biji kopi apa yang mereka inginkan, jadi rasa yang dihasilkan bisa berbeda–beda. Seperti kedai kopi pada umumnya , kami juga menyediakan fasilitas seperti *Hotspot*, ruangan *indoor* dan *outdoor,* dimana ruangan *indoor* ada AC dan ruangan *outdoor* hanya kita sediakan kipas angin.

**Visi dan Misi Perusahaan**

1. Visi : sebagai kedai kopi yang digemari para pelanggan dan dapat diterima di semua

kalangan.

1. Misi :
2. Mengutamakan kepuasan konsumen dalam hal rasa,kenikmatan, dan kenyamanan untuk menciptakan loyalitas.
3. Konsisten dalam hal menciptakan produk minuman dan makanan yang berkualitas dari waktu ke waktu.
4. Menjalin hubungan kerja yang baik dengan rekan bisnis.

**Peluang Bisnis**

Besarnya peluang bisnis sangat menentukan keberlangsungan hidup suatu bisnis.

Peluang bisnis yang besar akan membuat bisnis memliki kesempatan untuk berkembang dan mencapai target yang ingin dicapai. Beberapa hal harus diperhatikan juga dari segi kualitas produk, perilaku konsumen dan kreativitas serta inovasi dalam produk agar dapat terlihat berbeda dari para pesaing.

Penulis memilih bisnis di daerah Cempaka Putih karena, melihat dimana pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat setiap tahunnya serta prospek bisnis yang sangat menjanjikan karena pesaing dalam bidang ini masih sangat terbatas. Pertumbuhan penduduk kota Cempaka Putih juga didukung oleh data yang penulis cari dari Badan Pusat Statistik, <https://jakpuskota.bps.go.id/statictable/2016/11/21/14/jumlah-penduduk-dan-laju-pertumbuhan-penduduk-menurut-kecamatan-di-kota-jakarta-pusat-2010-2014-dan-2015.html>

Selain itu melalui survei, dihasilkan bahwa banyak masyarakat Indonesia menyukai minuman kopi,<https://suaraindonesia-news.com/minum-kopi-budaya-sosial-yang-melekat-bagi-masyarakat-indonesia/>. Jadi menurut saya peluang ini sangat bagus apabila saya membuka bisnis kedai kopi di daerah Cempaka Putih Raya.

**Kebutuhan Dana**

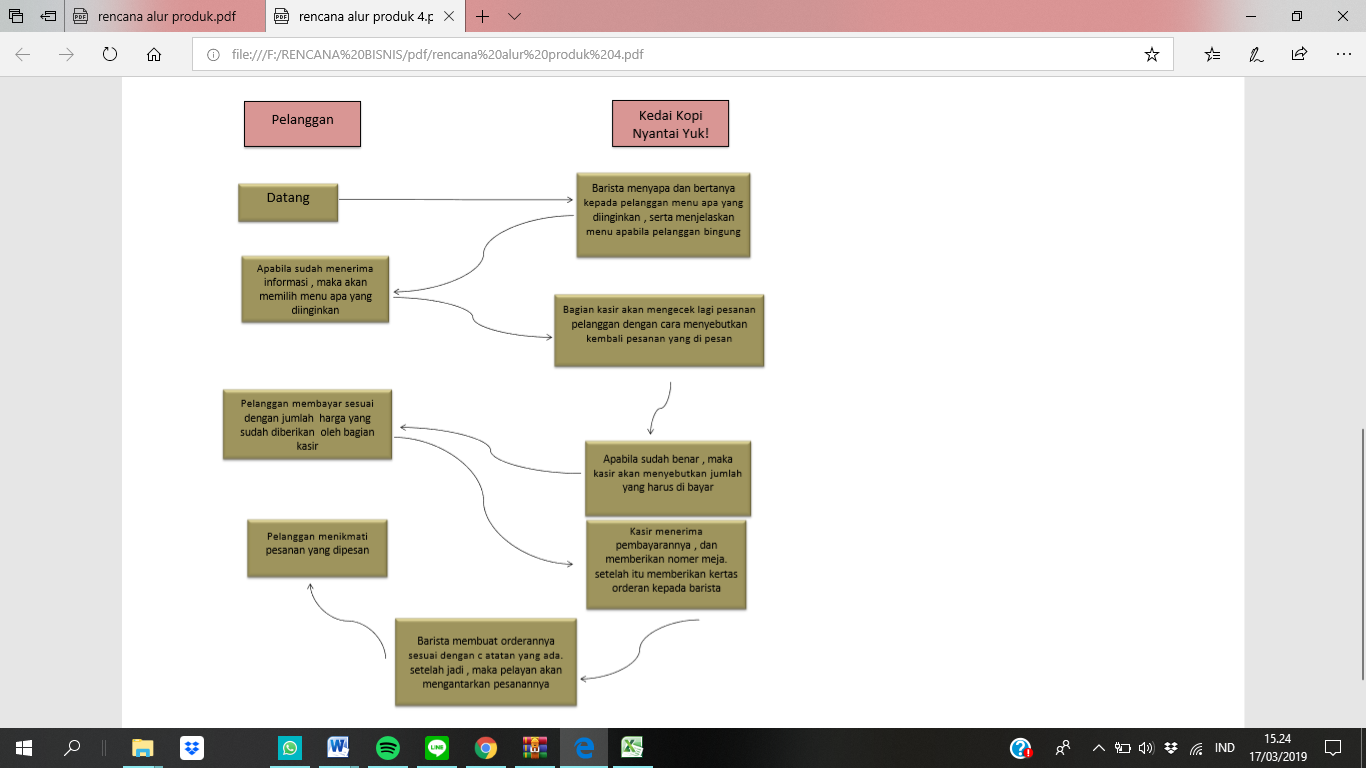
Dalam mendirikan bisnis modal awal sebenarnya relatif, tergantung pada ukuran bisnis yang akan dibangun dan banyaknya persediaan untuk produk yang diinginkan oleh wirausaha untuk dijual kembali kepada konsumen akhir. Modal awal yang diperlukan untuk mendirikan usaha ini berasal dari modal sendiri. Jumlah investasi awal untuk pendirian kedai kopi “Nyantai Yuk!” ini sebesar Rp 310.646.270,00.

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

**Rencana Alur Produk**

**Bagan 1**

**Rencana Alur Produk**

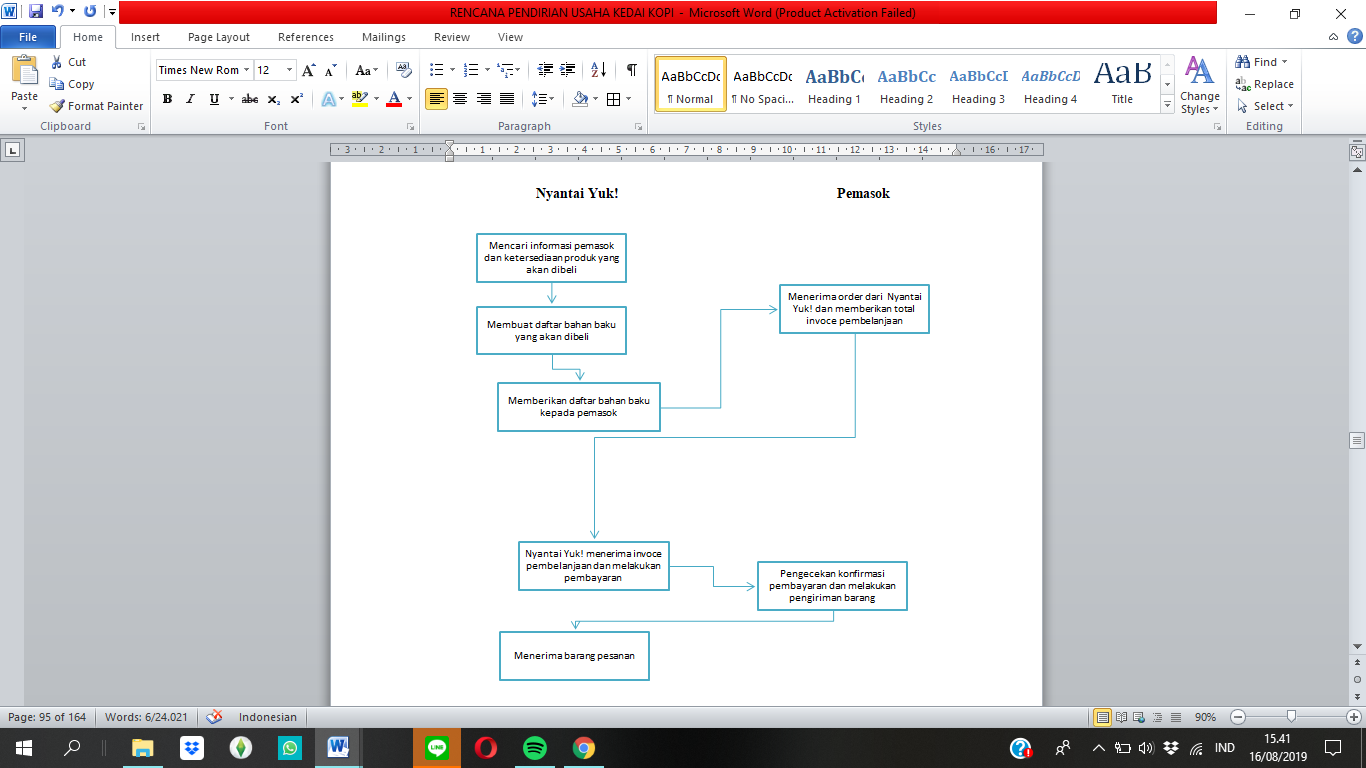


Sumber : Kedai Kopi Nyantai Yuk!

**Rencana Alur Pembelian**

**Bagan 2**

**Rencana Alur Pembelian**



Sumber : Kedai Kopi Nyantai Yuk!

**Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha**

Teknologi adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan manusia dalam melaksanakan kegiatan. Teknologi dapat berupa banyak hal, mulai dari alat elektronik, koneksi internet, alat komunikasi, dll. Berikut adalah teknologi yang digunakan oleh SJ :

1. *Smartphone* berbasis *Android*

*Smartphone* digunakan untuk melayani konsumen yang berbelanja dan juga untuk menjalankan aplikasi *marketplace*. SJ memilih menggunakan *smartphone* dengan harga yang terjangkau sesuai dengan kebutuhan dari SJ sendiri.

1. Komputer

Alat teknologi yang menunjang keberhasilan suatu bisnis seperti pembuatan laporan keuangan, *input output stock*, dan juga pengoperasian *website marketplace*.

1. Printer

Alat yang berfungsi untuk mencetak laporan penjualan maupun format pemesanan konsumen.

1. Internet

Internet berfungsi untuk menjangkau seluruh informasi secara cepat tanpa ada batas ruang dan waktu. lnternet memegang peranan vital di dalam menjalankan bisnis yang berbasis *online*. Internet memiliki keterikatan kuat dalam operasional sosial media dan *website marketplace* di dalam menjangkau para konsumen.

**STRATEGI BISNIS**

**Pemasaran**

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

1. Segmentasi geografis , Nyantai Yuk! akan direncanakan terletak di Cempaka Putih , Jakarta Pusat. Penulis memilih lokasi tersebut karena Jakarta Pusat merupakan kawasan padat penduduk dan lokasi ini sangat strategis , memiliki lalu lintas kendaraan yang cukup tinggi, lokasinya mudah di jangkau, mudah ditemukan, merupakan salah satu tempat penjual makanan teramai di daerah Jakarta Pusat , selain itu lokasi kedai kopi ini dekat juga dengan area perkantoran , kampus , perumahan , dan rumah sakit.
2. Segmentasi demogarfis, kedai kopi Nyantai Yuk! membagi segmen ini berdasarkan usia , jenis kelamin , dan pendapatan. Kedai kopi Nyantai Yuk! dapat dinikmati atau dikonsumsi oleh berbagai kalangan usia. Berdasarkan jenis kelamin , kedai kopi Nyantai Yuk! menjadikan segmentasi demografis pada variabel ini untuk semua jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Berdasarkan pendapatan , kedia kopi Nyantai yuk! berfokus pada masyarakat yang memiliki pendapatan diatas Rp. 2.000.000,-/bulan. Pendapatan itu dapat berasal dari gaji yang diberikan setiap bulan kepada konsumen yang sudah bekerja maupun uang jajan yang diberikan dari orang tua kepada konsumen yang memang belum bekerja.
3. Segmentasi psikografis, kedai kopi Nyantai Yuk1 berfokus pada target pasar kelas sosial menengah atas. Penulis memilih kelas sosial menegah atas dikarenakan produk yang kami tawarkan tidak kelas atas seperti *brand-brand* besar seperti starbucks dan *coffee beans*. Dan produk kami juga tidak kelas sosial bawah seperti warung kopi pinggir jalan. Jadi kelas sosiah menengah atas ini bisa di jangkau oleh semua kalangan.
4. Segmentasi perilaku, kedai kopi Nyantai Yuk! memfokuskan konsumen berdasarkan gaya hidup masyarakat Jakarta yang konsumtif yang menyukai berkumpul bersama teman-teman , saudara , ataupun acara *meeting* oleh orang kantor yang bosan dengan suasan kantor dapat mengerjakan pekerjaan mereka maupun mencari inspirasi di ruangan *working –space* yang telah disediakan oleh kedai kopi Nyantai Yuk! dan juga berfokus pada penggemar kopi di Jakarta.

Dengan segmentasi tersebut, maka target dari kedai kopi “Nyantai Yuk!” bisa untuk semua kalangan masyarakat. Selain itu *positioning* dari “Nyantai Yuk!” adalah menempatkan *brand* sebagai penyedia produk yang berfokus pada bidang *food and beverage* yang berbentuk sebuah kedai kopi.

Beberapa alternatif promosi yang dilakukan kedai kopi “Nyantai Yuk!” :

1. **Media Sosial**

Pada langkah ini, kedai kopi Nyantai Yuk! akan melakukan promosi penjualan melalui facebook, twitter, instagram, zomato, dan aplikasi *food and beverage* lainnya. Media sosia tersebut merupakan media sosial terbesar dan digunakan hampir seluruh masyarakat pada umumnya. Langkah ini dipilih karena tidak ada biaya yang dikeluarkan untuk memperkenalkan perusahaan, namun banyak target pasar yang didapat karena besarnya jumlah *member* dari situs diatas.

1. **Diskon**

Cara ini merupakan salah satu dari promosi penjualan yang dilakukan , kedai kopi Nyantai Yuk! akan memberikan diskon sebesar 15% untuk seluruh minuman dan makanan yang ada. Selain itu setiap akhir bulan akan dibuat promo tanggal tua, misalnya beli 2 minuman hanya Rp. 30.000,- atau membeli 2 minuman dapat 1 makanan ringan.

1. **Kartu Loyalitas**

Setiap pelanggan yang membeli makanan dan minuman dengan total biaya minimal Rp. 30.000,- akan mendapatkan kartu loyalitas, dimana kartu loyalitas itu memiliki 10 cap. Kalau 10 cap tersebut sudah full terisi, maka pelanggan bisa menukarkan kartu loyalitas itu dan mendapatkan 1 minuman atau 1 makanan ringan secara gratis.

1. ***Packaging***

*Packaging* produk Nyantai Yuk! berupa gelas plastik untuk minuman dingin dan gelas berbahan karton untuk minuman panas untuk dibawa pulang *( Take Away )*. Yang tentu saja mudah dibawa kemanapun dengan desain yang unik dan menarik sehingga hal ini dapat menjadi sarana untuk promosi bagi Nyantai Yuk!.

1. **Pemasangan Spanduk / Banner**

Kedai kopi Nyantai Yuk! akan melakukan pemasangan spanduk atau banner agar dapat mudah dilihat dan dikenali oleh masyarakat sekitar.

1. **Pembagian Brosur**

Kedai kopi Nyantai Yuk! akan membagikan brosur kepada daerah sekitar, pejalan kaki, perguruan-perguruan tinggi, daerah mall, perumahan, serta menyelipkan brosur dikoran dan majalah melalu agen-agen majalan dan koran. Dengan begitu, diharapkan masyarakat dapat mengenal dan mengetahui kedai kopi Nyantai Yuk!.

1. ***Website***

Untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas dan memudahkan pelanggan memperoleh informasi mengenai Nyantai Yuk! maka pembuatan *website* sangat diperlukan. Pada *website* ini akan berisikan informasi mengenai perusahaan, layananan jasa penitipan, layanan jasa perawatan, harga, jam operasional, alamat, dan lainnya.

**Organisasi**

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

Berikut adalah rincian kompensasi yang diberikan pemilik SJ 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 6.000.000, untuk gaji barista full time sebesar Rp 5.088.000, untuk gaji bagian kitchen sebesar Rp 3.250.000 dan unuk gaji barista partime dihitung per-jamnya sebesar Rp 12.000.

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 1.532.984.372, sedangkan untuk *Payback Period* diperoleh 1 tahun 4 bulan 10 hari dengan batas maksimal 5 tahun, dan yang terakhir perhitungan PI dengan hasil 6,086781517 di atas 1. Berdasarkan analisis tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

**Pengendalian Resiko**

1. Untuk mengatasi merek kedai kopi “Nyantai Yuk!” yang belum dikenal maka

akan dilakukan promosi melalui brosur, melalui media sosial misalnya, *influencer food blogger* terkenal.

1. Untuk menghadapi kualitas pelayanan maka kedai kopi “Nyantai Yuk!” akan

melakukan pelatihan kepada para pegawai di kedai kopi “Nyantai Yuk!”, hal ini dilakukan agar para pelanggan mendapatkan pelayanan sesuai dengan harga dan kualitas yang diberikan.

1. Untuk menghadapi gangguan operasional seperti pemadaman listrik bergilir

maka kedai kopi “Nyantai Yuk!” akan menambahkan fasilitas seperti genset.

1. Untuk menghindari kecurangan dalam pihak pemasok, karyawan, dan juga

konsumen maka untuk para konsumen akan diberikan lembaran perihal pembayaran setiap bulannya yang akan di cap stempel oleh karyawan kedai kopi “Nyantai Yuk!”*,* untuk pemasok dan karyawan dalam pembelian barang, nota pembelian perlu selalu dicantumkan untuk diarsipkan. Nota pembelian dan daftar barang yang dibeli akan direkapitulasi agar tidak terjadi pembayaran ganda, serta untuk mempermudah pemeriksaan barang.

1. Untuk mengatasi risiko pada biji kopi adalah, tidak melakukan stock yang

berlebihan, jadi bahan baku biji kopi tidak akan terbuang dengan sia-sia. Selain itu gencar dalam melakuka promosi agar penjualan pada kedai kopi “Nyantai Yuk!” selalu ramai.

1. Risiko pesaing baru, kedai kopi “Nyantai Yuk!” harus selalu berinovasi dalam

mengembangkan produknya agar tidak kalah pada pesaing lama maupun baru. Selain itu harus menjaga resep sebaik mungkin agar para pegawai tidak dapat mengetahui jenis atau merek bahan baku yang dipakai. Hal ini dilakukan agar resep yang dimiliki tidak tersebar kemana pun.

# 

# DAFTAR PUSTAKA

## Sumber berupa buku teks

David, Fred R., Forest R. David (2017), *Strategic Management: A Competitive*

*Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi 16, Pearson Education.

Dessler, Gary (2015), *Human Resource Management*, Edisi 14, United States: Pearson.

Ebert, Ronald J., Ricky W. Griffin (2015), *Business Essentials*, Edisi 10, Global Edition, Pearson Education.

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

Heizer, Jay, Barry Render, Chuck Munsion (2017), *Operations Management: Sustainability* *and Supply Chain Management*, Edisi 12, Global Edition, Pearson Education.

Keller, Kevin Lane., Philip Kotler (2015), *Marketing Management,* Edisi 15e, Global Edition, Pearson Education

Kotler, Philip., Gary Armstrong (2015), *Principles of Marketing*, Edisi 15, Global Edition, Pearson Education

Kotler, Philip., Gary Armstrong (2017), *Principles of Marketing*, Edisi 17, Global Edition, Pearson Education

Leonardus Saiman (2014), Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.

Robbins, Stephen P., Mary Coulter (2016), *Management,* Edisi 13, New York: Pearson Education Limited.

Suparyanto dan Rosad (2015), Manajemen Pemasaran, Bogor: In Media

**Sumber berupa website**

Biaya Administrasi dan Umum BCA, diakses Mei 2019

<https://www.bca.co.id/id/Individu/Sarana/Biaya-dan-Limit/Dana-dan-Simpanan>

Daftar UMK DKI Jakarta, diakses Mei 2019

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

Data Inflasi, diakses pada 2019

<https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/data/Default.aspx>

Jumlah laju pertumbuhan penduduk di Jakarta Pusat, diakses pada Mei 2019

<https://jakpuskota.bps.go.id/statictable/2016/11/21/14/jumlah-penduduk-dan-laju-pertumbuhan-penduduk-menurut-kecamatan-di-kota-jakarta-pusat-2010-2014-dan-2015.html>

Perhitungan UMP Tahun 2019, diakses Mei 2019

<https://sleekr.co/blog/cara-menghitung-kenaikan-ump-untuk-tahun-2019/>

Pertumbuhan industri makanan dan minuman, diakses Mei 2019

[http://www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id/artikel/13987/Komitmen-Peningkatan-Daya-Saing-Industri-Mamin-Nasional-di-Era-MEA)

Proses pengolahan dan ekstraksi biji tanaman kopi, diakses Mei 2015

<http://id.wikipedia.org/wiki/kopi>

Republik Indonesia (2004), *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang* *Sistem Jaminan Sosial Nasional,* Lembaran Negara RI Tahun 2004, Nomor 150, Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro,* *Kecil, dan Menengah*, Lembaran Negara RI Tahun 2008, Nomor 93. SekretariatNegara. Jakarta.

Suku bunga kredit perbankan, diakses pada Mei 2019

<http://amp.kontan.co.id/news/suku-bunga-kredit-perbankan-beranjak-naik-mengikuti-bunga-deposito>

Syarat pendaftaran NPWP, diakses pada April 2019

<https://www.online-pajak.com/npwp-bagi-wajib-pajak-badan-wpb>

Syarat pendaftaran SIUP, diakses pada April 2019

<http://pelayanan.jakarta.go.id/site/detailperizinan/489>

Tarif Biaya PLN, diakses pada Mei 2019

<http://www.obengplus.com/articles/4518/1/Daftar-tarif-dasar-listrik-PLN-2019-dan-Cek-Tagihan-Listrik-Online.html>

Tarif Biaya PDAM, diakses pada Mei 2019

<http://www.aetra.co.id/upload/Brosur-Tarif_2017.pdf>

Tarif Biaya Telepon dan Internet Indihome, diakses pada Mei 2019

<https://indihome.co.id/internetdantelepon>

Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 Bab IV Pasal, diakses Mei 2019

[www.bi.go.id/id/tentang-bi/uubi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf](http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uubi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf)