



## RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA KEDAI “CORE COFFEE” DI PASAR LAMA, TANGERANG

Rigel Hans Winarta

Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi bisnis

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

[74180244@student.kwikkiangie.ac.id](mailto:74180244@student.kwikkiangie.ac.id) , [Rigelhans5@gmail.com](mailto:Rigelhans5@gmail.com)

Salam Fadillah Alzah, S.ST., M.A.

Pembimbing

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Telp: (021)65307062 / Fax: 6530 6971

### ABSTRAK

Rigel Hans Winarta / 74180244 / 2022 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Kedai “Core Coffee” Di Pasar Lama, Tangerang / Pembimbing Salam Fadillah Alzah, S.ST., M.A.

Core Coffee merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman. Produk utama yang ditawarkan oleh Core Coffee merupakan minuman berbahan dasar kopi.

Core Coffee memiliki visi yaitu ”menciptakan rasa kopi berkualitas yang tercipta dari biji kopi pilihan dan memiliki cita rasa yang khas serta menjadi salah satu penyedia kopi terbaik di Indonesia”. Misi dari Core Coffee adalah “menyediakan produk kopi dan makanan berkualitas dan unggul, mempertahankan cita rasa kopi yang khas, dan menyediakan pelayanan dan kenyamanan terbaik bagi para pelanggan”.

Core Coffee memiliki 3 pesaing yaitu Janji Jiwa, Kopi Yor, dan Kopi Sejagat. Dengan menggunakan CPM, penulis menjadi tahu apa pengaruh besar sebuah keberhasilan dari Core Coffee. CPM Core Coffee memiliki 5 poin yaitu varian menu dengan nilai (0,20), Harga (0,19), Promosi (0,21), Pelayanan (0,20), dan lokasi strategis (0,20).

Produk yang dihasilkan Core Coffee termasuk kedalam kelompok produk yang bersifat *Nondurable Goods*, karena produk yang ditawarkan merupakan produk makanan dan minuman yang hanya digunakan atau dikonsumsi sekali saja, dan Core Coffee termasuk klasifikasi *Convenience Goods* karena produk yang dijual merupakan produk yang dikonsumsi setiap hari yang berupa kebutuhan pokok masyarakat.

Rencana operasi Core Coffee adalah melakukan analisis bisnis, survei lokasi, survei pemasok, menyewa lokasi usaha, melakukan renovasi tempat usaha, membeli perlengkapan dan peralatan usaha, membuat SOP dan *Job Description*, mengurus NPWP, SIUP atau NIB, membeli bahan baku, melakukan rekrutmen pegawai, melakukan pelatihan, dan melakukan promosi.

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.



Untuk dapat bersaing dengan kompetitor maka dibutuhkan strategi pemasaran yang baik dalam menawarkan produk dari *Core Coffee*. Strategi yang digunakan yakni, melalui pemasaran langsung (*direct marketing*) berupa periklanan, *endorsement*, diskon, dan promosi penjualan

Dalam menjalankan usaha *Core Coffee* nantinya dioperasikan oleh 8 orang. Diantaranya adalah pemilik usaha, barista *full time*, dan barista *part time*. Seiring berjalannya usaha akan merencanakan penambahan tenaga kerja.

Investasi awal yang dibutuhkan *Core Coffee* sebesar Rp. 269.099.500,- yang digunakan untuk membeli peralatan, perlengkapan, bahan baku, biaya pembuatan kontainer, kas awal, dan biaya sewa. Investasi awal ini didapatkan dari tabungan pemilik usaha.

Kelayakan suatu bisnis merupakan hal yang perlu dipertimbangkan untuk menilai apakah bisnis tersebut layak atau tidak untuk diinvestasikan. Analisis kelayakan usaha yang digunakan yaitu *payback period* yang diperoleh selama 1 tahun 9 bulan 18 hari, *net present value* yang diperoleh dengan nilai positif Rp. 1.269.564.167,- *profitability index* 5,71 dan *break even point* yang diperoleh masing-masing tahun dalam periode 5 tahun didapatkan angka positif.

Kata Kunci: Pendirian usaha *Coffee Shop*, *Core Coffee*.

### ABSTRACT

Rigel Hans Winarta / 74180244 / 2022 / *Business Plan for the establishment of "Core Coffee in Pasar Lama, Tangerang / Salam Fadillah Alzah, S.ST., M.A.*

*Core Coffee is a business specializes in food and beverages. The primary product offered by Core Coffee is a coffee based drink.*

*Core Coffee has a vision of "creating a flavor of quality coffee and having a distinctive flavor and becoming one of the Indonesia's best coffee providers". Core Coffee's mission is "providing quality and superior coffee and food products, maintaining the distinctive taste of coffee, and providing the best service and comfort for customers".*

*Core Coffee has 3 competitors, namely Promise Jiwa, Kopi Yor, and Kopi Sejagat. By using CPM, the author knows what a big influence on the success of Core Coffee is. CPM Core Coffee has 5 points, namely menu variants with a value of (0.20), Price (0.19), Promotion (0.21), Service (0.20), and strategic location (0.20).*

*The products produced by Core Coffee are included in the product group that are Nondurable Goods, because the products offered are food and beverage products that are only used or consumed once, and Core Coffee is classified as Convenience Goods because the products sold are products that are consumed every day in the form of basic needs of society.*

*Core Coffee's operating plan is to conduct business analysis, site surveys, supplier surveys, rent business locations, renovate business premises, purchase business equipment and equipment, make SOPs and Job Descriptions, take care of NPWP, SIUP or NIB, purchase raw materials, recruit employees, conduct training, and conduct promotions.*

*To be able to compete with competitors, a good marketing strategy is needed in offering products from Core Coffee. The strategy used is through direct marketing in the form of advertising, endorsements, discounts, and sales promotions.*

*In order to running Core Coffee business, it will be operated by 8 people. Among them are business owners, full time baristas, and part time baristas. As the business progresses, it plans to increase the labor.*

1. Ditaring 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.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Kwik Kian Gie  
Sistem Bisnis dan Informatika  
Kwik Kian Gie  
Sistem Bisnis dan Informatika



The initial investment required for Core Coffee is IDR 269.099.500,- which was used to purchase equipment, supplies, raw materials, container making, initial cash, and rent. The initial investment came from the saving of business owner.

The feasibility of a business is something that needs to be considered in order to assess whether the business is worth investing in or not. The business feasibility analysis used is the payback period obtained for 1 year 9 months 18 days, Net Present Value obtained positive value IDR 1.269.564.167, Profitability Index obtained 5,71 and Break Even Point gained from each year for a period of 5 years has a positive number.

Keywords: Coffee Shop establishment, Core Coffee.

## I. Pendahuluan

### Konsep Bisnis

Core Coffee merupakan bisnis Coffee Shop yang bergerak dibidang makanan dan minuman. Fokus dari penjualan Core Coffee adalah minuman berbahan dasar kopi. Konsep yang diterapkan oleh Core Coffee adalah konsep Go Green dengan potongan pembelian sebagai reward bagi konsumen. Dengan menerapkan konsep ini, Core Coffee turut mendukung gerakan Go Green yang dicanangkan oleh pemerintah dan beberapa organisasi. Untuk suasana Coffee Shop memiliki konsep modern, minimalis dikarenakan bentuknya kontainer. Core Coffee menggunakan beberapa biji kopi lokal untuk mendukung usaha dari petani lokal seperti Arabika Aceh Gayo, Arabika Flores Bajawa, Robusta Lampung, dan Robusta Dampit.

### Visi dan Misi Perusahaan

- a. Visi dari Core Coffee adalah Menciptakan rasa kopi berkualitas yang tercipta dari biji kopi pilihan dan memiliki cita rasa yang khas serta menjadi salah satu penyedia kopi terbaik di Indonesia.
- b. Misi dari Core Coffee adalah:
  1. Menyediakan produk kopi dan produk makanan berkualitas dan unggul.
  2. Mempertahankan cita rasa kopi yang khas.
  3. Menyediakan pelayanan dan kenyamanan terbaik bagi para pelanggan.

### Peluang Bisnis

Peluang pasar yang ada dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang mengkonsumsi kopi, dan menurut catatan dari beberapa sumber setiap tahunnya tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia terus meningkat.

Penulis memilih usaha di daerah Pasar Lama, Tangerang dikarenakan beberapa faktor. Faktor utamanya adalah lokasi yang menjadi pusat wisata kuliner serta prospek bisnis yang potensial di daerah tersebut dengan minimnya jumlah pesaing.

Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian Konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22%/tahun. Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton.

### Kebutuhan Dana

Sumber pendanaan Core Coffee berasal dari modal sendiri dengan tambahan dana dari orang tua. Kebutuhan dana yang diperlukan untuk membangun kedai Core Coffee, penulis memperkirakan bahwa dana yang diperlukan sekitar Rp. 269.099.500.

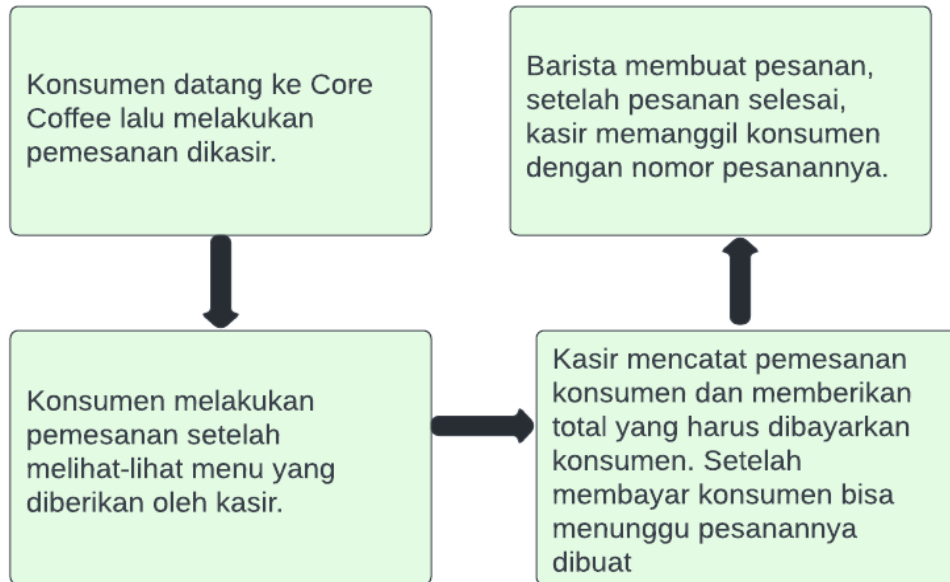
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institusi Bisnis Indonesia Kwik Kian Gie

## II. Rencana Produk, Kebutuhan Operasional, dan Manajemen

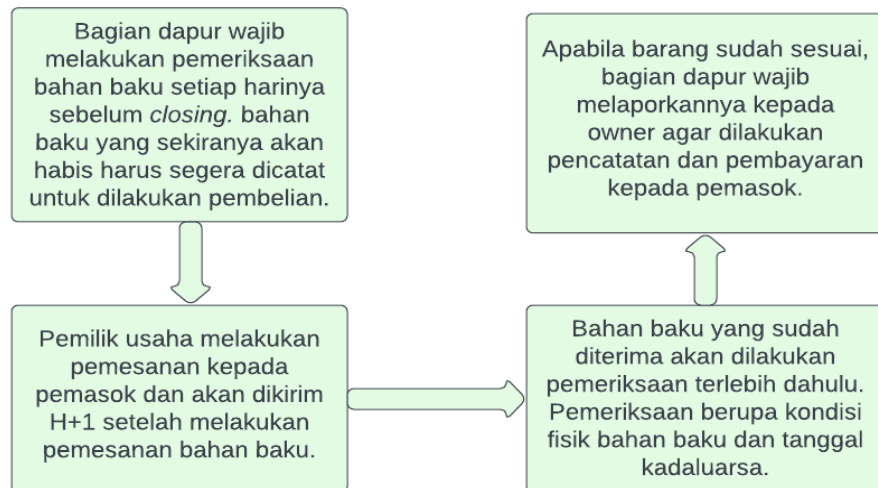
### Rencana Alur Produk

**Gambar 1**  
**Alur Produk Core Coffee**



Sumber: Core Coffee

**Gambar 2**  
**Rencana Alur Pembelian**



Sumber: Core Coffee

### Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia terutama saat memiliki suatu usaha mulai dari proses produksi, pendataan, dan lain-lain. Berikut merupakan daftar teknologi dan peralatan yang digunakan Core Coffee untuk mendukung aktivitas usahanya:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI 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.



- a. *La Spaziale - Espresso Coffee Machine*  
Core Coffee menggunakan mesin kopi *La Spaziale* untuk memproduksi setiap kopi. Mesin kopi multifungsi ini dengan didukung teknologi modern sehingga dapat memudahkan dalam proses produksi kopi di Core Coffee.
- b. *Eureka- Coffee Grinder Mignon Chrono*  
Core Coffee menggunakan *Eureka Coffee Grinder* sebagai alat untuk menggiling biji kopi menjadi bubuk. Alat modern dan otomatis ini terbukti efisien dibandingkan dengan alat manual lainnya.
- c. *Mesin Kasir Andorid 10 Inch*  
Mesin kasir yang sudah terhubung dengan tab android memudahkan kasir dalam melakukan pencatatan pesanan konsumen dan memudahkan kasir dalam melakukan pendataan.
- d. *Heavy Duty Blender*  
Mesin blender yang digunakan Core Coffee untuk membuat minuman *blended* atau minuman sejenis lainnya.

### III. Strategi Bisnis

#### Pemasaran

Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Dalam strategi pemasaran terdapat beberapa aspek yang dibahas yaitu, diferensiasi, *positioning*, penetapan harga, dan saluran distribusi.

- a. *Diferensiasi*  
*Core Coffee* memiliki perbedaan pada tahap produksi. Setiap konsumen yang melakukan pembelian tentunya akan mendapatkan produk yang berkualitas dan tentunya *fresh* yang diolah menggunakan teknologi terbaru. *Fresh* dalam arti kata mendapatkan *espresso* yang langsung dibuat ketika konsumen melakukan pembelian. Karena banyak di kedai kopi lainnya, *espresso* tidak dibuat pada saat pembelian oleh konsumen dilakukan tetapi sudah di *stock* terlebih dahulu, hal ini dapat membuat rasa dari kopi berbeda dikarenakan *espresso* sudah tidak *fresh*. Konsumen juga boleh memilih biji kopi yang ingin digunakan. Selain itu perbedaan dari *Core Coffee* adalah konsep dari *cafe* itu sendiri. Konsep *cafe* semi kontainer dengan lahan *outdoor* yang dapat menampung banyak pengunjung. Di lantai 2 dari *Core Coffee* juga disediakan *spot* foto yang menarik dengan desain mural yang unik. Lalu seiring berjalannya usaha tentunya pemilik usaha merencanakan adanya *live music* yang akan membuat konsumen semakin tertarik dikarenakan adanya tambahan hiburan di area *Core Coffee*. Untuk mendukung konsep *Go Green*, *Core Coffee* memberikan potongan harga 5% sampai dengan 10% (tergantung hari dan jam) bagi konsumen yang menggunakan botol yang dibawa sendiri atau gelas dari *Core Coffee* yang memang didesain *reusable* atau bisa dipakai berulang kali.
- b. *Positioning*  
*Core Coffee* memiliki tujuan sebagai kafe atau kedai kopi yang memberikan pelayanan sepenuhnya kepada konsumen dan menyediakan tempat yang nyaman bagi para konsumen yang ingin sekedar nongkrong maupun menjadikan *Core Coffee* sebagai tempat kerja (*Work From Home/Cafe*). *Core Coffee* juga memiliki beragam varian menu yang tentunya setiap menu memiliki cita rasa yang berbeda dari biji kopi lokal unggulan.
- c. *Penetapan Harga*  
*Core Coffee* menggunakan metode *Cost –Based Pricing* dengan fokus utamanya *Break – Even Analysis* dan *Target Profit Pricing*. *Core Coffee* menetapkan harga

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.



berdasarkan biaya produksi, biaya distribusi, biaya sewa, dan biaya lain-lain yang berhubungan dengan jalannya usaha serta terciptanya suatu produk untuk dijual. *Core Coffee* juga menentukan titik impas dan membuat target keuntungan sebesar-besarnya dari hasil penjualan untuk memenuhi target yang sudah ditentukan.

d. Saluran Distribusi

Distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Distribusi adalah salah satu faktor perlu dipahami dalam bisnis dimana hal ini distribusi sangat penting untuk mengetahui dan mengatur alur perjalanan sebuah produk untuk sampai kepada tangan konsumen sehingga dapat digunakan oleh konsumen. *Core Coffee* menggunakan *Zero Level Channel* karena langsung menjual produknya kepada konsumen tanpa melalui perantara.

### Promosi

Promosi adalah campuran spesifik alat promosi yang perusahaan gunakan untuk menyampaikan nilai secara persuasif dan juga membangun hubungan dengan konsumen. Berikut ini merupakan promosi yang dilakukan oleh *Core Coffee*:

a. Media Sosial

Promosi pertama yang digunakan *Core Coffee* menggunakan media sosial seperti *Meta Business Suite* yang sudah terkoneksi dengan *Instagram* dan *Facebook*. Selain dari *Meta Business Suite*, *Core Coffee* juga menggunakan platform lain yang berhubungan dengan promosi makanan dan minuman yaitu *Zomato*. *Zomato* merupakan situs pencarian restoran yang menyediakan informasi berupa makanan, minuman, menu, harga, informasi kafe dan penilaian kafe.

b. Aplikasi Daring

*GoFood* dan *GrabFood* merupakan aplikasi layanan pesan antar yang bisa memudahkan konsumen untuk menemukan *Core Coffee*. Aplikasi ini merupakan media yang digunakan oleh hampir seluruh masyarakat. Cara ini dipilih karena tidak ada biaya yang harus dikeluarkan, melainkan hanya perlu mendaftarkan kafe saja.

c. Endorsement

Strategi promosi selanjutnya adalah menggunakan *influencer* untuk melakukan *Endorsement*. *Influencer* yang dipilih tentunya fokus pada bidang kuliner dan memiliki banyak pengikut di akun *Instagram* dan *Youtubenya*. Strategi ini juga dapat meningkatkan *engagement* di media sosial milik *Core Coffee*.

d. Meluncurkan promo atau diskon di hari tertentu

Meluncurkan promo atau diskon pada hari tertentu, contohnya diskon 15% - 20% minuman dan makanan pada pukul 10.00 – 12.00 setiap hari minggu khusus untuk para konsumen yang mengikuti kegiatan *Sunday Morning Ride*. Selain itu cara lainnya adalah memberikan potongan 5% - 10% kepada konsumen yang membawa botol sendiri untuk minumannya untuk mendukung gerakan *Go Green*.

### Rencana Organisasi

*Core Coffee* merupakan kafe yang masih tahap perencanaan. Sumber daya yang dibutuhkan adalah Pemilik usaha / Manajer, 2 Barista *Full Time* (Kasir), dan 5 Barista *Part Time* (Pelayan).

### Keuangan

Hasil analisis *payback period* menunjukkan bahwa *Core Coffee* diproyeksikan mencapai titik balik dari modal dalam kurun waktu 1 Tahun 9 Bulan 18 Hari. Hal ini menunjukkan secara *break even*, *Core Coffee* layak untuk dijalankan dengan periode pengembalian kurang dari 5 tahun.



Hasil analisis *nett present value* menunjukkan bahwa Core Coffee diproyeksikan mendapatkan nilai sebesar Rp 1.269.834.167. Hasil NPV dengan nilai lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa usaha Core Coffee layak untuk dijalankan karena mampu menghasilkan arus kas positif secara nilai waktu.

Hasil analisis *profitability indeks* menunjukkan bahwa Core Coffee diproyeksikan mendapatkan nilai sebesar 5,71. Hasil analisis menunjukkan bahwa Core Coffee layak untuk dijalankan karena mampu menghasilkan profit dengan indeks melebihi 1.

Hasil analisis *Break Even Point* menunjukkan bahwa Core Coffee diproyeksikan mampu mendapatkan nilai BEP per tahun yang berada di bawah nilai penjualan. Hasil BEP menunjukkan bahwa Core Coffee layak untuk dijalankan karena penjualan mampu melebihi biaya – biaya yang ada dengan nilai  $BEP < \text{nilai penjualan}$ .

### Pengendalian Risiko Usaha

Setiap menjalankan usaha atau bisnis pastinya memiliki risiko-risiko usaha yang akan dialami setiap pemilik usaha. berikut ini merupakan risiko usaha yang terjadi dalam usaha *Core Coffee*.

- a. Munculnya pesaing baru di sekitar lokasi usaha *Core Coffee*.

Dalam persaingan, *Core Coffee* akan berusaha menerapkan strategi sebaik mungkin, didukung dengan pelayanan, varian menu, dan harga yang terjangkau bagi konsumen.

- b. Pelayanan rendah yang diberikan oleh pekerja akan berdampak juga pada penilaian *Core Coffee* oleh konsumen

Memberikan pelatihan terhadap tenaga kerja untuk mengurangi kesalahan kerja yang akan membuat pelanggan tidak puas.

- c. Keterlambatan pasokan bahan baku yang akan menimbulkan masalah untuk proses produksi usaha.

*Core Coffee* akan melakukan pemeriksaan ketersediaan bahan baku setiap seminggu sekali untuk mengantisipasi keterlambatan pasokan bahan baku yang disebabkan oleh pemasok maupun pihak *Core Coffee* yang terlambat melakukan pemesanan.

- d. Jika tidak sering melakukan inovasi usaha akan kalah dengan usaha sejenis yang memiliki menu lebih bervariasi.

*Core Coffee* akan terus melakukan inovasi produk dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

- e. Fasilitas yang kurang atau tidak sesuai harapan akan membuat konsumen memilih untuk tidak datang kembali.

Menyediakan fasilitas yang dibutuhkan oleh konsumen agar konsumen merasa senang dan dapat merekomendasikan kepada teman atau keluarganya.

- f. Teknologi yang semakin berkembang

Mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan teknologi untuk promosi agar memudahkan calon konsumen untuk mencari informasi tentang *Core Coffee* maupun teknologi produksi yang terbaru untuk mendukung dan memudahkan kegiatan usaha.



## Daftar Pustaka

### Sumber Buku

- David, F. R & Forest R. D. (2017), *Strategic Management, A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi 16, Pearson Education.
- Diana, & Setiawati, L. (2010). *Sistem Informasi Akuntansi*. Penerbit Andi.
- Ebert, Ronald J., Ricky W. Griffin (2015), *Business Essentials*. Edisi.10, Global Edition, Pearson Education
- Heizer, J., & Render, B. (2011). *Manajemen Operasi Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan* (11th ed.). Salemba Empat.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15e ed.). Global Edition, Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.). Global Edition.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Robbins, P. S & Coulter M. (2017). *Management*, Edisi 14, Pearson Education

### Undang-Undang

- Republik Indonesia. 2003. *Undang-undang No 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*.
- Republik Indonesia. 2008. *Undang-undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.

### Sumber Internet

- Annur, C. M. (2022). *Produksi kopi Indonesia naik jadi 77460 ribu ton pada 2021*. [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/09/produksi-kopi-indonesia-naik-jadi-77460-ribu-ton-pada-2021#:~:text=Berdasarkan laporan Statistik Indonesia%2C jumlah,sebanyak 762%2C20 ribu ton. \(Diakses pada 6 April 2022\).](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/09/produksi-kopi-indonesia-naik-jadi-77460-ribu-ton-pada-2021#:~:text=Berdasarkan laporan Statistik Indonesia%2C jumlah,sebanyak 762%2C20 ribu ton. (Diakses pada 6 April 2022).)
- Berapa besar gaji yang diperoleh Barista di Tangerang?*. <https://id.indeed.com/career/barista/salaries/Tangerang>. (Diakses pada 6 Agustus 2022).
- BKPM, K. I. /. (n.d.). *Industri Manufaktur untuk Percepatan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/industri-manufaktur-untuk-percepatan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia>. (Diakses pada 7 Mei 2022).
- Cahyo Nugroho, A. (2021). *Survei: Kenaikan Gaji di Indonesia Bakal Kembali ke Level Sebelum Pandemi pada 2022*. [https://ekonomi.bisnis.com/read/20211222/9/1480617/survei-kenaikan-gaji-di-indonesia-bakal-kembali-ke-level-sebelum-pandemi-pada-2022#:~:text=daya manusia Mercer-,kenaikan gaji rata-rata diperkirakan mencapai 6%2C5 persen pada,tersebut dilakukan terhadap 533 organisasi. \(Diakses pada 21 Juni 2022\).](https://ekonomi.bisnis.com/read/20211222/9/1480617/survei-kenaikan-gaji-di-indonesia-bakal-kembali-ke-level-sebelum-pandemi-pada-2022#:~:text=daya manusia Mercer-,kenaikan gaji rata-rata diperkirakan mencapai 6%2C5 persen pada,tersebut dilakukan terhadap 533 organisasi. (Diakses pada 21 Juni 2022).)
- Trend, Google. *Coffee Shop*. <https://trends.google.com/trends/explore?cat=71&date=today-5-y&geo=ID&q=coffee shop>, (Diakses pada 15 Maret 2022).

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.  
 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.  
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:





Trend, Google. *Minat Minuman Kopi di Indonesia*.

<https://trends.google.com/trends/explore?cat=71&date=today 5-y&geo=ID&q=minuman kopi>. (Diakses pada 7 Mei 2022).

Limanseto, H. (n.d.). *Pertumbuhan Ekonomi Nasional Tahun 2021 Berikan Sinyal Positif Terhadap Prospek Ekonomi Tahun 2022*. Retrieved April 11, 2022, from

<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3692/pertumbuhan-ekonomi-nasional-tahun-2021-berikan-sinyal-positif-terhadap-prospek-ekonomi-tahun-2022>. (Diakses pada 11 April 2022).

Humas Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *KemenKopUKM Hadirkan Lebih Dari 1.500 Produk UMKM Di MotoGP Mandalika*. <https://kemenkopukm.go.id/read/kemenkopukm-hadirkan-lebih-dari-1-500-produk-umkm-di-motogp-mandalika>. (Diakses pada 11 April 2022).

2021, *Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton*. (2018).

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton> . (Diakses pada 13 Maret 2022).

Lestari, R. (2021). *2021, Kemenperin Patok Pertumbuhan Industri Mamin 5 Persen*.

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210906/257/1438655/2021-kemenperin-patok-pertumbuhan-industri-mamin-5-persen>. (Diakses pada 6 April 2022).

Candra, S. R. (2021). *Tak Sekadar Menghilangkan Kantuk, 7 Manfaat Kopi Ini Juga Baik untuk Kesehatan Tubuh*. <https://hellosehat.com/nutrisi/fakta-gizi/manfaat-kopi/> . (Diakses pada 13 Maret 2022).

Rahayu, N. (2018). *3 Tren Kopi di Indonesia yang Perlu Pebisnis Tahu*.

<https://www.wartaekonomi.co.id/read197315/3-tren-kopi-di-indonesia-yang-perlu-pebisnis-tahu>. (Diakses pada 13 Maret 2022).

Smartlegal.id. (2021). *Ingin Memberikan Gaji Di Bawah Upah Minimum? Baca Persyaratannya*

*Dulu Ya!* <https://smartlegal.id/ketenagakerjaan/2021/02/12/ingin-memberikan-gaji-di-bawah-upah-minimum-baca-persyaratannya-dulu-ya/>. (Diakses pada 8 Agustus 2022).

PERSETUJUAN RESUME  
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Rigel Hans Winarta

NIM : 74180244 Tanggal Sidang : 30 September 2022

Judul Karya Akhir : Program Bisnis Pendirian Usaha Kaki "Core Coffee"  
Di Pasar Lama, Tangerang.

Jakarta, 13 / Oktober 20 22

Mahasiswa/I

RH

(Rigel Hans Winarta...)

Pembimbing

Adnan Fauziah A  
(Adnan Fauziah A...)

**C** 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 Gie**

