**“RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA KEDAI *PHAO-PHAO THAI TEA*”**

**Elok Fitri**

Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Elokfitri65@gmail.com

**Ir. Liaw Bun Fa, 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**

Perusahaan kedai *Phao-Phao Thai Tea* adalah perusahaan yang menyediakan produk minuman segar. Perusahan kedai *Phao-Phao Thai Tea* beroperasi di bagian Jakarta Barat dan tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan akan mengembangkan sayapnya ke seluruh Jakarta bahkan seluruh Indonesia. Perusahaan kedai *Phao-Phao Thai Tea* Memilih beroperasi di Jakarta Barat dikarenakan adanya Universitas yang memiliki banyak mahasiswa dan masyarakat sekitar dengan lingkungan yang dapat dibilang cukup ramai sehingga kehidupan sosial pun berkembang. Yang membedakan antara perusahaan kedai *Phao-Phao Thai Tea* dengan perusahaan kompetitor lainnya adalah harga yang ditawarkan relatif bersaing dan memiliki berbagai varian rasa sehingga masyarakat tidak mudah bosan. Kedai *Phao-Phao Thai Tea* juga memberikan kartu member kepada pelanggan yang memberikan benefit kepada pelanggan dan perusahaan diharapkan mendapat loyalitas dari pelanggan. Bisnis ini diperkirakan membutuhkan dana sebesar Rp. 423.075.000 untuk dijalankan. Dana ini kemudian akan dialokasikan ke pembelian peralatan, perlengkapan, menyewa ruko, biaya renovasi, dan kas. Tidak menutup kemungkinan kedai *Phao-Phao Thai Tea* Dapat membuka cabang di luar Jakarta Barat, namun dikarenakan peluang yang sedang berkembang untuk usaha kedai *Phao-Phao Thai Tea* adalah di daerah kemanggisan maka didahulukan. Walaupun usaha kedai *Phao-Phao Thai Tea* dapat dibilang sudah dimana – mana, namun kedai *Phao-Phao Thai Tea* yakin akan dapat bersaing di *red ocean* ini dikarenakan peluang varian rasa yang disediakan. Dilihat dari aspek keuangan, perusahaan kedai *Phao-Phao Thai Tea* dapat dikatakan layak dilihat dari *Payback Period, NPV, Profitability Index, dan BEP.* Rencanannya usaha ini akan dijalankan selama 5 tahun. Hasil perhitungan NPV dari perusahaan kedai *Phao-Phao Thai Tea* adalah sebesar Rp. 722.300.222 dengan modal disetor sebesar Rp. 423.075.000.

**Keywords:** Kedai *Phao-Phao Thai Tea.*

**PENDAHULUAN**

**Konsep Bisnis**

*Kedai Phao-Phao Thai Tea* didirikan untuk para penggemar susu dan teh di Indonesia yang disajikan dengan berbagai varian rasa yang unik dengan begitu pendiri bisa menyajikan *thai* *tea* dengan kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau dan bersaing. Diharapkan *thai* *tea*ini dapat diterima di masyarakat dan sebagai candu di lidah para penikmat kuliner.

**Visi dan Misi Perusahaan**

1. Visi : menjadi kedai *thai tea* terkemuka di Indonesia. Dengan mengedepankan kualitas dan cita rasa dari produk yang ditawarkan.
2. Misi :
3. Menjadi kedai *thai tea* yang mendapatkan pangsa pasar diarea kemanggisan.
4. Konsisten menciptakan produk teh dan susu yang berkualitas.
5. Mengutamakan kepuasan pelanggan untuk menciptakan loyalitas.
6. Memberikan harga yang kompetitif dan pelayanan yang unggul.
7. Menjalin hubungan yang baik dengan rekan bisnis.

**Peluang Bisnis**

Perkembangan gaya hidup masyarakat yang kini semakin tertarik pada minuman teh dan susu. Tingginya minat masyarakat terhadap thai tea dengan berbagai varian yang memiliki rasa unik dan beragam sehingga bisnis thai tea ini dinilai miliki peluang yang bagus.

Peluang Bisnis Minuman Thai Tea sebagai salah satu minuman populer dengan potensi pasar yang cukup luas, Thai tea bisa menjadi peluang bisnis menjanjikan. Hampir setiap gerai memproduksi minuman Thai tea yang kurang lebih sama, baik dari segi kemasan maupun rasa. Disinilah peluang potensial yang bisa manfaatkan.

Masih banyak perusahaan berkembang yang bergerak dibidang produksi *thai tea* seperti Chapayom, Dum Dum Thai Tea. Hal ini membuktikan bahwa semakin banyak permintaan maka semakin banyak juga permintaan pada pangsa pasarnya. Meski telah banyak yang membuka bisnis *thai tea* di Indonesia, potensi bisnis tersebut masih terbuka lebar. Persaingan antara satu brand dengan brand yang lain masih sangat ketat. Belum ada produk *thai tea* yang menonjol, karena inovasi unik.

Oleh karena itu kedai susu thai tea didirikan untuk para penggemar susu dan teh di Indonesia yang disajikan dengan berbagai varian rasa yang unik dengan begitu pendiri bisa menyajikan *thai* *tea* dengan kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau dan bersaing. Diharapkan *thai* *tea*ini dapat diterima di masyarakat dan sebagai candu di lidah para penikmat kuliner.

Kemajuan teknologi ini juga dimanfaatkan oleh berbagai bisnis salah satunya bisnis kuliner , termasuk bisnis kedai *Phao-Phao Thai Tea* untuk meningkatkan penjulan dan memberikan kemudahan bagi *customer* dalam memesan minuman sehingga tidak perlu datang ketoko. Dengan menggunakan aplikasi *Go-Food* dan bekerjasama dengan pihak *Go-Jek* konsumen lebih mudah untuk menikmati *Phao-Phao Thai Tea*. Hal ini dapat membantu bisnis ini berkembang lebih pesat.

**Kebutuhan Dana**

Kebutuhan dana adalah modal awal untuk membangun suatu usaha mulai dari persiapan hingga berdiri sampai perusahaan beroperasi. Kebutuhan dana merupakan aktivitas bisnis tidak akan berjalan dengan baik apabila tidak didukung oleh ketersediaan dana yang baik dan mencukupi. Maka dari itu *Phao-Phao Thai Tea* membutuhkan dana agar dapat beroperasi. Modal awal yang dibutuhkan berasal dari pinjaman orang tua. Alasan penulis memperoleh pinjaman dari orang tua karena agar mudah memperoleh pinjaman dan mudah dalam segi pengembalian. Penulis juga menggunakan dana pribadi untuk memenuhi modal awal yang dibutukan untuk membangun usaha *thai tea.* Modal awal yang diperlukan untuk mendirikan *Phao-Phao Thai Tea* sebesar Rp.423.075.000

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

**Rencana Alur Produk**

Rencana alur produk memberikan gambaran bagaimana suatu produk dapat diberikan dan disampaikan kepada konsumen. Pada alur produk usaha kedai *Phao-Phao Thai Tea* terdapat tahapan singkat yang perlu dilakukan, tahapan tersebut akan dijelaskan lebih lanjut pada

1. Konsumen menuju meja kasir dan akan disambut oleh pegawai kasir
2. Konsumen memilih varian menu yang tertera di meja kasir dan kemudia memesan sesuai keinginan konsumen
3. Kasir menginput pesanan sesuai keinginan konsumen
4. Konsumen melakukan pembayaran sesuai pesanan dan mendapatkan nomor *struck* untuk dipanggil oleh barista bila pesanan selesai
5. Barista melakukan proses produksi sesuai pesanan konsumen
6. Pesanan telah selesai diproduksi dan barista memanggil konsumen sesuai nomor *stuck* konsumen
7. Konsumen mengambil pesanannya di meja *pick up.*

Pengendalian persediaan adalah untuk mengawasi penggunaan terhadap persediaan yang ada. Tujuan dari pembuatan rencana alur pembelian dan penggunaan bahan persediaan adalah untuk tetap menjaga persediaan di dalam gudang tidak habis. Sehingga kegiatan operasional dapat terus berjalan dengan lancar. Berikut alur proses pembelian dan penggunaan bahan persediaan :

**Rencana Alur Pembelian**

Alur pembelian dari pemasok yaitu:

1. Barista melaporkan persediaan yang sudah habis kepada pemilik
2. Pemilik menghubungi atau menemui pemasok untuk membeli bahan baku yang akan digunakan oleh Kedai *Phao-Phao Thai Tea.*
3. Pemasok mengantarkan pesanan bahan baku ke Kedai *Phao-Phao Thai Tea.*

**Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha**

Peralatan adalah barang yang masa pakainya secara wajar lebih dari 1 tahun dan ada biaya penyusutannya. Berikut daftar peralatan yang akan dibutuhkan untuk kegiatan operasional yaitu sebesar Rp. 65.355.000

**STRATEGI BISNIS**

**Pemasaran**

Diferensiasi, *Positioning, Competition Based Pricing*,dan *Direct Marketing Channel*.

* 1. Diferensiasi untuk melawan pesaing, Kedai *Phao-Phao Thai Tea* akan memberikan potongan-potongan seperti diskon, setiap belanja 20 kali yang berikutnya akan gratis 1pcs minuman.
	2. *Positioning* merupakan pengaturan terhadap penawaran pasar untuk menempati tempat yang jelas, khas, dan perbandingan dengan produk pesaing. Penyampaian mengenai nilai produk harus dapat tertanam di dalam benak konsumen. *Positioning* yang tepat dapat menciptakan loyalitas konsumen. Slogan Kedai *Phao-Phao Thai Tea* yaitu “*Fresh Outside Healthy Inside”*
	3. Kedai *Phao-Phao Thai Tea* mengacu pada *Competition Based Pricing* yaitu menetapkan harga dengan menggunakan harga jual pesaing sebagai standar penetapan harga. Harga Kedai *Phao-Phao Thai Tea* bervariasi mulai dari Rp.15.000 hingga Rp. 20.000
	4. *Phao-Phao Thai Tea* termasuk dalam saluran distribusi saluran tingkat nol (*Direct Marketing Channel*), dimana Kedai *Phao-Phao Thai Tea* memasarkan produknya ke konsumen tanpa perantara, sehingga ini dapat dikatakan sebagai saluran distribusi langsung

Supaya promosi dapat berjalan dengan efektif dan efisien Kedai *Phao-Phao Thai Tea* menetapkan beberapa cara ini sebagai strategi promosi, yaitu :

1. Brosur

Brosur sangat diperlukan dalam strategi promosi Kedai *Phao-Phao Thai Tea,* dikarenakan brosur yang diproduksi akan disebarkan langsung ke masyarakat. Ini bisa dilakukan saat *customer* melakukannya pengambilan pesanannya.

1. Member *Loyalty*

Member *Loyalty* itu diperlukan dalam mempertahankan pembeli, namun dalam setiap member pasti diperlukannya *feedback* yang diterima oleh pelanggan. Pelanggan akan merasa malas bila member yang mereka buat ternyata tidak memberikan *benefit* terhadap dirinya, maka itu *benefit* yang kami berikan terhadap pelanggan yang sudah membuat member adalah diberikan kartu member yang isinya merupakan sejarah pembelian produk kami, bila mereka sudah membeli produk 20 kali, maka akan mendapat free 1 minuman. Pembelian dilakukan perproduk bukan pertransaksi

1. *Business Card*

*Business Card* atau kartu nama bisnis berisi informasi mengenai kontak yang dapat dihubungi terkait kegiatan pemasaran perusahaan. Kartu ini bisa dibawa oleh pelanggan yang akan memberikan info tentang alamat email, alamat tempat, dan nomor telepon Kedai *Phao-Phao Thai Tea*

**Organisasi**

Kedai *Phao-Phao Thai Tea* merupakan bisnis dengan struktur organisasi sederhana, yang hirarki tertinggi berada di Manajer dan langsung membawahi 2 bagian yaitu staf produksi dan 1 staff kasir. Kedai *Phao-Phao Thai Tea* mempekerjakan 1 orang karyawan dengan posisi sebagai kasir dan 2 orang karyawan dengan posisi sebagai barista. Karyawan diwajibkan mengerti dan dapat menjalankan tugas dan tanggung jawab yang telah diberikan. Pemilik berperan sebagai manajer akan melakukan pengawasan langsung terhadap bisnis.

Berikut adalah rincian kompensasi yang diberikan pemilik kedai *Phao-Phao Thai Tea* untuk para karyawannya:

1. Gaji Pokok

Gaji pokok adalah imbalan dasar yang dibayarkan kepada pekerja menurut Upah Minimum Provinsi (UMP) Jakarta 2018, yaitu sebesar **Rp 3.940.973**. Untuk gaji barista yaitu sebesar Rp. 4.000.000. kasir sebesar Rp. 4.200.000 dan Manager sebesar Rp. 5.000.000.

1. Tunjangan Hari Raya (THR)

Tunjangan Hari Raya (THR) diberikan setiap satu tahun sekali di salah satu dari 5 hari besar agama ini, yaitu Idulfitri, Natal, Nyepi, Waisak, Imlek di setiap tahunnya sesuai dengan peraturan Menteri Tenaga Kerja Indonesia  [Permenaker No. 06 Tahun 2016](https://www.gadjian.com/blog/wp-content/uploads/2018/05/Permenaker-No.-06-Tahun-2016-tentang-Tunjangan-Hari-Raya-THR.pdf) tentang THR Keagamaan Bagi Pekerja/Buruh di Perusahaan 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 2020 adalah sebesar Rp. 668.258.660 dengan laba kotor sebesar Rp. 89.429.036. Pajak yang diterapkan pemerintah sebesar 0,5% dari laba sebelum pajak, maka pajak yang hari dibayarkan sebesar Rp. 3.341.293.

Analisis keuangan yang dilakukan yaitu nilai BEP, *net present value* (NPV), *profitability index* (PI) dan *payback period* (PP). Hasilnya diperoleh bahwa pada BEP penjualan Kedai *Phao-Phao Thai Tea* tahun kedua lebih besar dari nilai BEP sehingga dapat dikatakan layak. Untuk NPV didapat yaitu 722.300.222, sedangkan untuk *Payback Period* diperoleh 2 tahun 1 bulan 25 hari dengan batas maksimal 5 tahun, dan yang terakhir perhitungan PI dengan hasil 1,7 di atas 1. Berdasarkan analisis tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

**Pengendalian Resiko**

Berikut adalah pengendalian resiko bisnis internal SJ:

1. Antisipasi Resiko Permintaan Pasar

Dengan cara melakukan evaluasi secara periodik, pembaruan mengkikuti perkembangan jaman, permintaan pasar, inovasi dan memperluas pangsa pasar kesemua daerah kota besar, akan melakukan pengawasan terhadap kinerja kedai *Phao-Phao Thai Tea.*

1. Antisipasi Resiko Peralatan

Untuk mengatasi resiko peralatan ini, perusahaan perlu menyiapkan jadwal service secara berkala terhadap peralatan alat, mesin, dan teknologi lainnya agar menghindari kerusakan pada peralatan tersebut. Tentunya karyawan perlu dilakukan pelatihan dalam menggunakan peralatan tersebut dengan baik.

1. Antisipasi Resiko Sumber Daya Manusia

Demi menghindari resiko sumber daya manusia pada perusahaan harus melakukan proses requitmen karyawan secara lengkap, misalnya seperti test psikologi, wawancara, dan persyaratan lain yang dilakukan terlebih dahulu sebelum menerima karyawan untuk berkerja.

Sedangkan pengendalian resiko eksternal antara lain:

1. Selera Konsumen

Kedai *Phao-Phao Thai Tea* melakukan inovaasi produk mengikuti perkembangan jaman, sehingga konsumen akan tetap setia terhadap produk yang ditawarkan kedai *hao-Phao Thai Tea.*

1. Persaingan yang ketat

Agar dapat bersaing kedai *Phao-Phao Thai Tea* melakukan Strategi yang dapat diterapkan berupa inovasi produk, menjaga konsistenssi kualitas produk, dan kepuasan pelaanggan, serta melakukan promosi secara berkala.

**DAFTAR PUSTAKA**

**Sumber Buku Teks:**

1. **Sumber Teks**

David, Fred R. Forest R. David (2015), *Strategic Managemenr: Concepts, and Cases, Fifteenth Edition*, Jakarta : Salemba Empat.

David, Fred R. Forest R. David (2017), *Strategic Managemenr, A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases,* Edisi 16, Pearson Education.

Gitman, Lawrence J, Chad J. Zutter (2015), *Principal of Managerial Finance*, Edisi14e, Global Edition, Pearson Education.

Kotler, Philip, Gary Amstrong (2014), *Principles of Marketing*, Edisi 15, Global Edition, Pearson Education.

Kotler, Philip, Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 16e, Global Edition, Pearson Education.

Mondy, R. Wayne, & Joseph J.Martocchio (2016), *Human Resource Management*, Edisi 14e, Global Edition, Pearson Education.

Muhammad, Husnan (2017), *Keuangan Perusahaan : Teori, dan Kasus Kasus* , Edisi 2, Jakarta : Salemba Empat

Robbins, Stephen P, Timothy A. Judge (2015), *Perilaku Organisasi*, Edisi 16, Jakarta: Salemba Empat.

1. **Sumber Website**

Addictea.com (2018), *Tentang Addictea*, diakses pada maret 2019,

http://addictea.com/index.html

 Goukm.id (2018), *Peluang Bisnis Thai Minuman Thailand*, diakses pada maret 2019, <https://goukm.id/peluang-bisnis-thai-minuman-thailand/>

Insight.kontan.co.id (2018), *Kesegaran Sesaat Bisnis Thai Tea*, diakses pada maret 2019, https://insight.kontan.co.id/news/kesegaran-sesaat-bisnis-thai-tea

Jurnal manajemen.com (2019), *Strategi Promosi Penjualan Produk*, diakses pada april 2019, <https://jurnalmanajemen.com/strategi-promosi/>

Keuangan Kontan.(2019) Suku Bunga Kredit Investasi, diakses pada April 2019, https://keuangan.kontan.co.id/news/suku-bunga-kredit-diproyeksi-naik-di-kuartal-ii-2019

Kontan (2019), Suku Bunga Kredit Perbankan Beranjak Naik Mengikuti Bunga Deposito, diakses pada Desember 2019, <http://amp.kontan.co.id/news/suku-bunga-kredit-perbankan-beranjak-naik-mengikuti-bunga-deposito>

Listrik.org (2019), Tarif Dasar Listrik PLN 2018, diakses Desember 2019, <http://listrik.org/pln/tarif-dasar-listrik-pln/#ipt_kb_toc_1475_0>

Marketeers.com (2018*), Menikmati Teh Thailand Dengan Harga Terjangkau Ala King*

*Thai Tea*, diakses pada maret 2019.

<http://marketeers.com/menikmati-teh-thailand-dengan-harga-terjangkau-ala-king-thai-tea/>

Online Pajak.com (2019), Cara Daftar NPWP Online, diakses pada November 2019, <https://www.online-pajak.com/id/daftar-npwp-online-wajib-pajak-orang-pribadi>

Tribun Jateng (2019), UMP Jakarta 2019, Perbandingan Gaji di DKI Jakarta pada 2019 dengan UMK Bogor, Tangerang, dan Bekasi, diakses pada Desember 2019.http://jateng.tribunnews.com/2018/11/23/ump-jakarta-2019-perbandingan-gaji-di-dki-jakarta-pada-2019-dengan-bogor-tangerang-dan-bekasi

Undercover.co.id (2018), *Potensi Bisnis Thai Tea Di Tanah Air*, diakses pada maret

2019, <https://undercover.co.id/potensi-bisnis-thai-tea-di-tanah-air/>

**Sumber Undang-Undang:**

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Pengertian Usaha Mikro, Kecil, Menegah.* Lembaga Negara RI Tahun 2008, Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan*. Lembaga Negara RI Tahun 2003, Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 1994. *Peraturan Menteri Tenaga Kerja R.I NO.PER-04/MEN/1994 Tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja Diperusahaan*. Lembaga Negara RI Tahun 1994, Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2013. *Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan dan Tanda Daftar Perusahaan Secara Simultan Bagi Perusahaan Perdagangan*. Lembaga Negara RI Tahun 2013, Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2018. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu*. Lembaga Negara RI Tahun 2018, Sekretariat Negara. Jakarta.