**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA KEDAI KOPI**

***“*SADE KOPI*”***

**Sandra Dewi**

**Liaw Bun Fa**

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

**ABSTRAK**

Sandra Dewi/ 71150391 / 2018 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Kedai Kopi “Sade Kopi” di Kelapa Gading, Jakarta Utara / Pembimbing: Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.

Bisnis Kedai Kopi Sade Kopi adalah bisnis yang bergerak di bidang kuliner yang menjual minuman berbahan dasar kopi dan bukan kopi yaitu coklat dan makanan ringan yaitu donat, kentang goreng, dan roti panggang. Konsep bisnis Kedai Kopi Sade Kopi adalah menyediakan minuman berbahan dasar kopi asli Indonesia dan menjadi kedai kopi yang memberikan produk dengan harga terjangkau dan memberikan inovasi produk es kopi susu yang baru dengan tambahan topping yaitu *coffee jelly* dan *grass jelly* yang penjualannya dibantu menggunakan aplikasi Go-Food.

Usaha Kedai Kopi Sade Kopi akan didirikan di Jl. Raya Kelapa Hibrida Blok RA3 No.27, Kelapa Gading, Jakarta Utara. Coffee shop Sako Kopi ini dapat dihubungi di alamat email kedaikopiSako@gmail.com atau melalui telepon di 082215555096.

Visi Kedai Kopi Sade Kopi menjadikan Kedai Kopi Sade Kopi sebagai kedai kopi yang menyediakan kopi dengan rasa berkualitas namun dengan harga terjangkau yang dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat.

Target pasar yang dipilih Kedai Kopi Sade Kopi adalah masyarakat kalangan menengah ke atas yang berdomisili di Jakarta Utara dan sekitarnya yang memiliki gaya hidup yang suka menghabiskan waktu di luar rumah dan yang cenderung ingin mendapatkan sesuatu dengan praktis dengan menggunakan *gadget* atau internet yang mereka miliki.

Strategi pemasaran Kedai Kopi Sade Kopi yaitu menggunakan alat promosi seperti media sosial, mengundang food blogger, memberikan diskon selama tiga pertama pembukaan toko, dan paket makanan dan minuman.

Dalam menjalankan bisnis perlu memperhatikan kelayakan bisnis tersebut. Pada analisis *payback period* (PP) diperkirakan Kedai Kopi Sako akan mencapai titik balik modal dalam waktu 3 tahun 1 bulan 22 hari, untuk *net present value* (NPV) nilainya lebih besar daripada 0 yaitu Rp 292.709.822, untuk *profitability index* (PI) nilainya lebih daripada 1 yaitu 1,28, untuk *Internal Rate of Return* (IRR) nilainya lebih dari rate of return (11,01%) yaitu 29,86%, sedangkan untuk analisis *break-even point* (BEP) nilai penjualan yang dilakukan oleh Kedai Kopi Sako lebih tinggi dibandingkan nilai BEP setiap tahunnya. Dari kelima analisis yang telah dilakukan tersebut menunjukkan bahwa usaha kedai kopi Sako Kopi layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: Kedai Kopi, *coffee jelly*, *grass jelly*

**ABSTRACT**

*Sandra Dewi/ 71150391/ 2018/ Business Plan Coffee Shop “Sade Kopi” at Kelapa Gading, North Jakarta/ Preceptor: Ir. Liaw Bun Fa, S.E., M.M.*

*Coffee Shop “Sade Kopi” is a business that engaged in the culinary industry that selling drinks made by coffee and non-coffee like chocolate and snacks like doughnut, french fries, and toast bread. Business concept of Sako Kopi is offering drinks made from Indonesia coffee beans and become coffee shop that provide product with affordable price and provide new innovation product like new ice coffee milk with addition topping like coffee jelly and grass jelly that sell the product is helped by Go-Jek application.*

*Sade Kopi Coffee Shop will open at Kelapa Hibrida Raya Street Block RA3 No. 27, Kelapa Gading, North Jakarta. Sade Kopi can be called at kedaikopiSako@gmail.com or at phone number 082215555096.*

*The vision of Sade Kopi is make Sade Kopi Coffee Shop as a coffee shop that offer coffee that have a quality taste but at affordable price that could be enjoyed for all society.*

*Market target that be chosen by Sade Kopi Coffee Shop is people middle to up society that live at North Jakarta and around it that have lifestyle like to killing time out from home and mostly want to get something easily with gadget or internet that they have.*

*Marketing strategy Sade Kopi coffee shop is using promotion tools like social media, invite food blogger, give discount for first 3 days opening of coffee shop, and meal package.*

*In operating business need to concern about its business feasibility. In payback period analysis (PP) is less than 3 years 1 month and 22 days, net present value (NPV) analysis the value is bigger than 0 is Rp 292.709.822, for profitability index (PI) analysis the value is more than 1 is 1,28, for internal rate of return (IRR) analysis the value is bigger than rate of return value (11,01%) is 29,86%, and for break-even point analysis the value of sales made by Sako Kopi coffee shop is greater than the BEP value each year. From those five analysis that have done is showing that Sako Kopi Cofee Shop is feasible to run.*

*Keywords: Coffee shop, coffee jelly, grass jelly*

**Pendahuluan**

Kedai Kopi Sako adalah bisnis yang bergerak di bidang kuliner yang menjual minuman berbahan dasar kopi dan bukan kopi yaitu coklat dan makanan ringan yaitu donat, kentang goreng, dan roti panggang. Konsep bisnis Kedai Kopi Sako adalah menyediakan minuman berbahan dasar kopi asli Indonesia dan menjadi kedai kopi yang memberikan produk dengan harga terjangkau dan memberikan inovasi produk es kopi susu yang baru dengan tambahan topping yaitu *coffee jelly* dan *grass jelly* yang penjualannya dibantu menggunakan aplikasi Go-Food sehingga masyrakat yang tidak memiliki waktu untuk mengunjungi Kedai Kopi Sako namun tetap ingin menikmati kopi dapat memesannya lewat aplikasi Go-Food sehingga produk Kedai Kopi Sako dapat dinikmati oleh semua kalangan.

Visi dari Kedai Kopi Sako adalah “Menjadikan Kedai Kopi Sako sebagai kedai kopi yang menyediakan kopi dengan rasa berkualitas namun dengan harga terjangkau yang dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat.” Sedangkan misi dari Kedai Kopi Sako adalah sebagai berikut:

1. Menggunakan kopi asli Indonesia yang berkualitas sebagai bahan baku utama menu kopi di Kedai Kopi Sako
2. Selalu mengutamakan kebutuhan konsumen dahulu dan kepuasan konsumen sendiri terhadap produk yang dijual Kedai Kopi Sako
3. Menggunakan kreativitas dan inovasi penulis dalam menghasilkan kopi yang mempunyai cita rasa yang berbeda daripada kopi di kedai kopi lainnya

Peluang bisnis dari Kedai Kopi Sako ini masih luas sehingga prospek untuk menjalankan bisnis ini masih sangat bagus dikarenakan konsumsi kopi di Indonesia yang selalu mengalami peningkatan dari tahun 2000-2016 dan kebutuhan dana Kedai Kopi Sako sebesar Rp 1.058.098.200.

**Rencana Produk/ Jasa, Kebutuhan Operasional dan Manajemen**

Produk yang akan dijual oleh Kedai Kopi Sako terdiri dari minuman dan makanan. Minuman yang dijual oleh Kedai Kopi Sako terdiri dari 8 jenis minuman yaitu 7 minuman berbahan dasar kopi dan 1 minuman berbahan dasar tidak kopi yaitu coklat yang semua jenis minumannya dapat disajikan baik panas maupun dingin dan makanan yang dijual oleh Kedai Kopi Sako hanya terdiri dari 3 jenis makanan yaitu roti panggang, donat, dan kentang goreng.

Rencana alur produk adalah konsumen masuk ke toko dan akan disambut oleh barista dengan ramah, setelah itu konsumen mendatangi ke tempat kasir langsung dan mememan minuman dan makanan yang diinginkan kemudian kasir memasukkan pesanan yang telah ditentukan konsumen dan menulis nama konsumen di cup plastik Kedai Kopi Sako dan meletakknya di area produksi oleh barista lalu konsumen langsung melakukan pembayaran sesuai dengan pesanannya setelah itu barista akan membuat pesanannya. Selama proses produksi dilakukan, konsumen dapat menunggu di kursi tunggu yang telah disediakan atau langsung ke meja yang telah disediakan di toko dan barista akan memanggil nama konsumen sesuai dengan pesanannya dan konsumen dapat mengambil pesanannya di meja *pick up*.

Rencana alur pembelian bahan baku Kedai Kopi Sako adalah Kedai Kopi Sako menuliskan daftar kebutuhan bahan baku kemudian mencari pemasok dan menghubungi untuk melakukan pemesanan dan pemasok mendapat pesanan dari Kedai Kopi Sako akan membuat nota dan memeriksa pesanan Kedai Koi Sako sebelum dikirim dan Kedai Kopi Sako akan memeriksa kembali baranng pesananannya setelah sampai dan memastikan benar sesuai dengan pesanannya.

Rencan kebutuhan teknologi dan peralatan usaha Kedai Kopi Sako adalah mesin espresso, grinder, mesin cup sealer, wifi, CCTV, mesin kasir, AC 2PK, dan laptop.

**Strategi Bisnis**

Target pasar dari Kedai Kopi Sako adalah adalah masyarakat kalangan menengah ke atas yang berdomisili di Jakarta Utara dan sekitarnya yang memiliki gaya hidup yang suka menghabiskan waktu di luar rumah dan yang cenderung ingin mendapatkan sesuatu dengan praktis dengan menggunakan *gadget* atau internet yang mereka miliki.

Kedai Kopi Sako memiliki beberapa strategi pemasaran yang akan dilakukan yaitu pemasaran melalui media sosial seperti *Instagram* dan Facebook, memasang iklan di media sosial yaitu *Instagram Ads* dan *Facebook Ads*, mengundang *food blogger* karena dapat memberikan dampak yang besar untuk kesuksesan suatu bisnis kuliner dan mampu mengenalkan citra merek Kedai Kopi Sako kepada masyarakat, memberikan diskon 20% untuk 50 gelas es kopi susu pertama selama 3 hari pembukaan awal Kedai Kopi Sako agar dapat menarik minat para calon konsumen untuk dapat membeli produk Kedai Kopi Sako dan membuat paket makanan dan minuman di jam operasional yang menurut Kedai Kopi Sako pada jam tersebut jumlah pengunjung yang datang sedikit. Promosi yang dilakukan adalah promo paket makanan dengan minuman dengan harga yang lebih hemat. Promo tersebut dijalankan oleh Kedai Kopi Sako pada jam 14.00-17.00 setiap harinya.

Kedai Kopi Sako merupakan bisnis dengan struktur organisasi sederhana di mana Kedai Kopi Sako membutuhkan 9 orang tenaga kerja yang berkompeten dan bertanggung jawab atas setiap pekerjaan yang diberikan sehingga memahami dan mampu menjalankan seluruh aktivitas operasional toko. Rencana kebutuhan tenaga kerja Kedai Kopi Sako adalah 1 orang manajer, 2 orang *shift supervisor*, 2 orang barista *full time*, dan 4 orang barista *part time* yang salah satu barista *part time* adalah barista undangan.

Investasi awal yang dibutuhkan restoran Kedai Kopi Sako sebesar Rp 1.058.098.200yang digunakan untuk biaya membeli peralatan, perlengkapan, bahan baku, sewa bangunan, renovasi bangunan dan cadangan kas.

Rencana penjualan di tahun 2020 sebesar Rp 1.303.999.578 dan diasumsikan akan meningkat sebesar 10% sampai dengan tahun 2024. Pada tahun 2020 laba bersih yang didapatkan Kedai Kopi SakoRp 1.303.999.578 dan terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2024 laba Kedai Kopi Sako mencapai angka Rp 1.909.185.782.

Pengendalian resiko Kedai Kopi Sako adalah sebagai berikut:

1. Dalam mengatasi pesaing dan pendatang baru maka Kedai Kopi Sako terus melakukan promosi yang menarik dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada dalam pemasarannya. Selain promosi yang menarik, Kedai Kopi Sako juga terus melakukan inovasi produk agar terus mampu bertahan di pasar dan mampu terus memenuhi kebutuhan konsumen. Kedai Kopi Sako juga harus terus menjaga kualitas pelayanannya agar selalu memuaskan pelanggan dan meminta feedback kepada konsumen secara berkala sebagai salah satu cara dalam mengevaluasi kekurangan dan meningkatkan kualitas Kedai Kopi Sako dalam menjalankan operasionalnya.
2. Dalam mengatasi perubahan harga bahan baku, cara yang dilakukan oleh Kedai Kopi Sako adalah dengan cara membeli lebih banyak bahan baku untuk disimpan sebagai persediaan untuk menghindari perubahan harga yang tidak menentu yang biasanya terjadi menjelang hari raya besar seperti Idul Fitri. Kedai Kopi Sako juga tidak berpatok hanya pada satu pemsaok namun beberapa pemasok untuk kebutuhan sehari-hari operasional Kedai Kopi Sako sehingga ketika harga sedang naik Kedai Kopi Sako mampu memilih pemasok mana yang mampu memberikan harga yang mungkin sedikit lebih murah dibandingkan pemasok lainnya yang bekerja sama dengan Kedai Kopi Sako.
3. Dalam mengatasi kualitas sumber daya manusia, Kedai Kopi Sako selalu melakukan evaluasi kinerja setiap akhir bulan, melakukan pelatiahan beberapa bulan sekali untuk terus mengingatkan kepada semua pegawai untuk bekerja sesuai standar operasional Kedai Kopi Sako yang sudah dibuat. Manajer atau *shift supervisor* akan selalu melakukan briefing setiap shift (pagi dan siang) untuk pegawai yang bekerja pada shift itu agar tahu tanggung jawab dan tugas yang harus dijalankan di shift tersebut berjalan sesuai dengan yang diharapkan dan kepuasan pelanggan terus tercapai. Manajer juga bisa beberapa kali dalam sebulan turun ke dalam operasional juga sehingga mampu melihat dan mengevaluasi langsung kinerja para pegawai apakah susah sesuai dengan standar operasional dan kepuasan pelanggan terus tercapai sesuai yang diinginkan oleh Kedai Kopi Sako.

**Datar Pustaka**

**Buku Teks:**

Asnawi, Said Kelana (2017), *Manajemen Keuangan*, Edisi Ke-2, Banten: Universitas Terbuka.

David, Fred R. dan Forest R. David (2015). *Strategic Management,* Edisi Ke-15, Global Edition, United States: Pearson Education.

Dessler, Gary (2015), *Human Resource Management,* Edisi Ke-14, Global Edition, United States: Pearson Education.

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

Heizer, Jay dan Barry Render, Chuck Munsion (2017), *Operating Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi Ke-12, Global Edition, United States: Pearson Education.

Hisrich, Robert D., Michael P. Peters, & Dean. A. Shepherd (2013), *Entrepreneurship*, Edisi Ke-9, International Edition, Singapore: McGraw-Hill.

Husnan, Suad dan Suwarsono Muhammad (2014), *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Ke-13, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2016), *Principles of Marketing*, Edisi Ke-16, Global Edition, United States: Pearson Education.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi Ke-15e, Global Edition, United States: Pearson Education.

Robbins, Stephen P. & Mary Coulter (2014), *Management*, Edisi Ke-12, Global Edition, United States: Pearson Education.

**Undang-Undang:**

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

Republik Indonesia. 2003. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Bab I Pasal 1 ayat 2 tentang ketenagakerjaan, Sekretariat Negara. Jakarta

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 77/M-DAG/PER/12/2013 tentang penerbitan surat ijin usaha perdagangan dan tanda daftar perusahaan

**Jurnal**:

Kurniawan, Ardietya dan Muh Rosyid Ridlo, Mei 2017, “Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi”. Jurnal Sosiologi DILEMA. Volume 32, No. 1, <https://jurnal.uns.ac.id/dilema/article/view/11232> , 17 Maret 2019.

**Website:**

*Katadata* 2017, Diakses 11 Oktober 2018, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-indonesia>

*Doktersehat* 2018, Diakses 23 November 2018, <https://doktersehat.com/ini-alasan-mengapa-lebih-banyak-orang-yang-suka-ngopi-daripada-minum-teh/>

Kalia, Friska (2017), Mengenal Filosofi Kopi Ijen, Diakses 27 November 2018, <https://www.minumkopi.com/mengenal-filosofi-kopi-ijen/>

*Badan Pusat Statisik* 2009, Diakses 28 November 2018, <https://www.bps.go.id/statictable/2009/06/15/907/indeks-harga-konsumen-dan-inflasi-bulanan-indonesia-2005-2018.html>

Solechah, Ika Nur (2017), Biaya Memasang Iklan di Instagram, Diakses 29 November 2018, <https://www.herosoftmedia.co.id/biaya-memasang-iklan-di-instagram/>

Marketing, Digital (2017), Berapa Biaya Iklan di Facebook untuk Branding Online Produk, Diakses 29 November 2018, <https://jakartaurbanhosting.com/berapa-biaya-iklan-di-facebook/>

Agus (2018), UMR Jakarta Tahun 2019, 2018, 2017, Lengkap Hingga Tahun 1997, Diakses 4 Desember 2018, <http://www.gajiumr.com/umr-jakarta/>

*Bank Central Asia* 2016, Diakses 11 Desember 2018, <https://www.bca.co.id/id/Individu/Produk/Simpanan/tahapan>

*AETRA* (2017), Diakses 11 Desember 2018, <http://www.aetra.co.id/upload/Brosur-Tarif_2017.pdf>

*Listrik* (2018), Diakses 14 Desember 2018, <http://listrik.org/pln/tarif-dasar-listrik-pln/>

*IndiHome* (2018), Diakses 14 Desember 2018, <https://indihome.co.id/internetdantelepon>