



RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA

CAFE COFFEE "NATURE COFFEE"

DI JAKARTA UTARA

Grashella Wijaya

Dr.Ir. Hisar Sirait, M.A.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jln. Yos Sudarso Kav. 87 , Sunter-Jakarta Utara

75190186@student.kwikkiangie.ac.id

ABSTRAK

"Nature Coffee" merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang minuman. "Nature Coffee" menawarkan berbagai varian rasa yang berbahan dasar kopi. "Nature Coffee" dibuka secara offline dan online pada aplikasi food delivery Grabfood.

"Nature Coffee" memiliki visi "menjadi salah satu usaha kedai kopi bersuasana tenang dan nyaman untuk bersantai" serta rangkaian misi yang membantu merealisasikan pencapaian visi.

Dalam menjalankan usaha minuman "Nature Coffee" saat ini dioperasikan 3 staff yaitu manajer, staff produksi, dan staff keuangan, maka akan merencanakan kedepannya untuk merekrut satu staff marketing.

Kebutuhan investasi awal yang dibutuhkan "Nature Coffee" untuk memulai usahanya tersebut sekitar Rp. 160.988.667,- untuk memulai usaha tersebut agar dapat mempersiapkan berbagai peralatan, perlengkapan, renovasi bangunan, dan pemegas kas untuk pembelian bahan baku dan keperluan lainnya. Investasi awal berasal dari hibah orang tua. Dari perhitungan kelayakan investasi menggunakan analisa Payback Period yang menyatakan "Nature Coffee" membutuhkan 3 Tahun 1 Bulan 2 Hari, Net Present Value yang menghasilkan nilai sebesar 183.799.183, Profitability Index menghasilkan nilai 1,1, IRR yang menyatakan nilai sebesar 35,7% dan Break Even Point menyatakan nilai lebih besar dari syarat yang telah ditentukan yang artinya usaha "Nature Coffee" layak untuk dijalankan.

Kata Kunci : "Nature Coffee", Rencana Pendirian Usaha, Minuman

ABSTRACT

"Nature Coffee" is a business engaged in the beverage business. "Nature Coffee" offers beverage products made from coffee-based flavors. "Nature Coffee" is open offline and online on the Grabfood food delivery application.

"Nature Coffee" has a vision of "To become a coffee shop business with a calm and comfortable atmosphere to relax" and some series of missions that help realize the achievement of the vision. Curently in "Nature Coffee" beverage business, 3 staff are currently being operated, namely managers, production staff, and financial staff, so we plan to recruit one marketing staff in the future.

The initial investment needed for "Nature Coffee" to start the business is around Rp.160.988.667,- to start the business in order to be able to prepare various equipment,suupliers



building renovations, and some cash on hand for purchasing raw materials and other necessities. The initial investment comes from parental grants. From the calculation of investment feasibility using Payback Period analysis which states "Nature Coffee" requires 3 Years 1 Month 2 Days, Net Present Value which produces a value of 183.799.183, Profitability Index produces a value of 1,1, IRR which states a value of 35,7% and The Break Even Point states that the value is greater than the specified conditions, which means that the "Nature Coffee" business is worth to run.

Keywords: "Nature Coffee", Business Establishment Plan, Beverage

PENDAHULUAN

Latar Belakang

"Nature Coffee" merupakan sebuah kedai kopi yang memiliki konsep baru yang terdiri dari konsep alam dan konsep instagramable yang digabung. Dengan adanya konsep gabungan maka akan sangat menarik minat masyarakat untuk melihat dan mencoba "Nature Coffee". Konsep alam akan dibantu dengan berbagai tanaman seperti tanaman kaktus dan ivy. Dua tanaman ini membantu meningkatkan suasana kafe menjadi nyaman. Selain itu, "Nature Coffee" juga mengizinkan konsumen untuk memutar lagu sesuai dengan keinginan sendiri yang akan tersambung dalam bluetooth kafe. Perizinan atas pemakaian bluetooth kafe ini merupakan salah satu upaya agar konsumen merasa nyaman serta dapat menaikkan mood dari konsumen itu sendiri. Setelah konsep alam, pelaku usaha juga memiliki ide untuk konsep instagramable. Konsep instagramable ini merupakan konsep yang memiliki dukungan dari design atau properti yang unik dan photogenic. Design yang dimiliki menggunakan konsep minimalis alam dengan adanya tanaman yang merambat. Tanaman yang merambat ini digunakan agar hasil foto yang diambil oleh konsumen bagus dan menarik mata. Selain itu furniture yang digunakan merupakan furniture berbahan semen sehingga semakin mendukung suasana dari konsep alam dan instagramable tersebut.

"Nature Coffee" menawarkan minuman kopi yang telah diolah dari biji kopi hingga menjadi espresso. Espresso ini merupakan bahan kopi yang akan dicampur dengan bahan pendukung lainnya seperti susu krimer, saus karamel hingga whipcream yang akan menghasilkan suatu menu kopi yang biasanya ditemui dalam kedai kopi. Menu-menu kopi inilah yang "Nature Coffee" tawarkan kepada konsumen sesuai dengan tingkat selera kopi konsumen. Konsumen yang tidak memiliki tingkat toleransi tinggi terhadap kafein, dapat menikmati menu lain yang non kafein. Lalu konsumen yang dapat menikmati musik yang dihubungkan ke bluetooth cafe ini juga merupakan salah satu hal yang kafe tawarkan. Biasanya pada kafe-kafe yang sudah ada, tidak dapat membiarkan pelanggan untuk memasang lagu yang sesuai dengan pelanggan inginkan, tetapi dalam "Nature Coffee" ini pelanggan dapat memintanya. Selain itu "Nature Coffee" akan menyediakan promo seperti tumbler day yaitu pelanggan yang membeli kopi dengan

tumbler dari “Nature Coffee” akan mendapatkan promo. Tumbler yang dijual juga menjadi salah satu roda untuk meningkatkan minat konsumen akan “Nature Coffee” ini.

Berdasarkan data dari google trend tentang pencarian coffee shop di jakarta tahun 2020-2022 mengalami pergerakan yang bergerak secara naik turun khususnya pada daerah Jakarta. Hal ini termasuk penawaran yang pada tahun 2020 akhir – 2021 awal mengalami pergerakan yang tidak naik dikarenakan adanya wabah virus COVID-19 maka pemerintah memberikan kebijakan yaitu larangan masyarakat untuk beraktivitas di luar rumah. Pencarian terhadap kedai kopi pada tahun 2021 hingga pertengahan 2022 mengalami kenaikan yang pesat karena pemerintah sudah memberikan kebijakan baru sehingga masyarakat dapat beraktivitas seperti biasa seperti bekerja, sekolah, dan berkumpul. Kedai kopi sendiri menjadi salah satu pilihan tempat yang masyarakat inginkan untuk melakukan aktivitasnya. Dalam pasca pandemi ini, para pekerja maupun pelajar ingin mendapatkan suasana yang nyaman dari fasilitas maupun pelayanan yang ramah dari kedai kopi dan tenang untuk melakukan aktivitasnya.

Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan rencana bisnis pendirian usaha cafe coffee “Nature Coffee” ini. Yang pertama tujuan dari penulisan ini adalah untuk menentukan tingkat kelayakan investasi pendirian usaha “Nature Coffee” dari sisi aspek produksi, sumber daya manusia (SDM), pemasaran, dan keuangan. Lalu selanjutnya yang kedua adalah untuk mengetahui kelayakan Laporan Laba Rugi, Laporan Arus Kas, Laporan Neraca, Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Profitability Index (PI), Internal Rate of Return (IRR), Break Even Point (BEP).

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis Industri dan Pesaing

Analisis PESTEL

Analisis PESTEL sendiri terdiri dari Pengertian PESTEL menurut David (2017: 45) “ Analisis PESTEL adalah alat memungkinkan organisasi untuk menemukan dan mengevaluasi faktor-faktor yang akan mempengaruhi jalannya bisnis di masa sekarang hingga masa depan. Analisis PESTEL sangat berperan dalam mengevaluasi karakteristik serta perubahan lingkungan yang dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan yang dari mana keputusan yang tepat dibuat dalam waktu yang tepat. Kekuatan eksternal dibagi menjadi 5 yaitu Politik, Ekonomi, Sosial , Teknologi , Lingkungan, dan Legalitas. Resiko-resiko dan faktor eksternal ini dapat menjadi sebuah ancaman bagi pelaku usaha. Maka dari itu sebagai pelaku usaha, “Nature Coffee” melakukan analisis PESTEL untuk meminimalisir dampak yang akan menjatuhkan “Nature Coffee”.

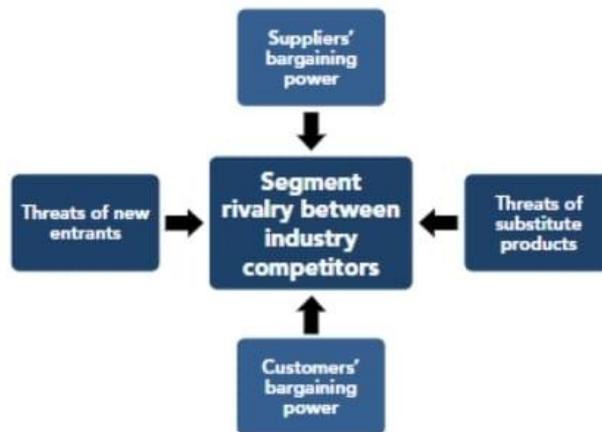




Analisis 5 Kekuatan Porter

Gambar 1.1

Lima Kekuatan Pesaing Model Porter



Sumber : "Nature Coffee"

Dalam mendirikan sebuah usaha, dibutuhkan pengetahuan mengenai perkembangan strategi ataupun lingkungan eksternal. Maka sebagai pelaku usaha, sangat penting untuk melakukan analisa persaingan lima model porter. Analisa Persaingan Model Porter merupakan sebuah analisa yang menentukan daya tarik pasar dengan menganalisis tingkat dari persaingan (Team FME, 2022). Dengan melakukan analisa porter ini, pelaku usaha dapat mengetahui dan mengembangkan strategi apa saja melalui peluang dan risiko potensial dalam pasar. 5 Kekuatan porter sendiri terdiri dari Ancaman pendatang baru, Ancaman produk pengganti, Kekuatan pemasok, Kekuatan pembeli, Persaingan usaha sejenis.

1. Ancaman pendatang baru

Ancaman pendatang baru menurut David (2017:231), "Tingkat persaingan antar bisnis meningkat jika bisnis baru dapat memasuki industri tertentu dengan mudah. Meskipun banyak kendala untuk masuk, bisnis baru terkadang memasuki pasar dengan barang berkualitas yang lebih baik dengan biaya lebih rendah dan dengan sumber daya pemasaran yang signifikan".

2. Ancaman produk pengganti

Ancaman produk pengganti menurut David (2017:231), "Harga dimana suatu produk dapat dijual sebelum konsumen memutuskan untuk beralih ke produk pengganti dibatasi oleh keberadaan produk pengganti. Batas harga sesuai dengan batas keuntungan dan daya saing yang lebih besar".

3. Kekuatan pemasok

© 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 mengutip sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.



Kekuatan pemasok menurut David (2017:231), “Pemasok memiliki kekuatan untuk melakukan permintaan harga tinggi, terutama apabila mereka adalah salah satu dari supplier yang menjadi langganan dari pasokan untuk kebutuhan produk”.

4. Kekuatan pembeli

Kekuatan pembeli menurut David (2017:232), “Kekuatan pembeli untuk menawar produk yang ditawarkan apabila daya tawar tinggi maka konsumen akan bereaksi dengan menuntut mendapatkan produk tersebut dengan harga yang lebih rendah namun harapan kualitas produk tetap sama tingginya”.

5. Persaingan usaha sejenis

Persaingan usaha sejenis menurut David (2017: 230), “Persaingan usaha sejenis yang paling kuat diantara 5 kekuatan lainnya. Rencana perusahaan dapat berjalan efektif dengan memberikan keunggulan kompetitif atas strategi yang digunakan pesaing”.

Analisis CPM

Dalam membangun sebuah usaha tentu membutuhkan kunci-kunci sukses. Kunci-kunci sukses tersebut didapatkan melalui metode Competitive Profile Matrix atau CPM. CPM berfungsi untuk mengidentifikasi pesaing utama perusahaan baik dalam kekuatan dan kelemahan mereka sampai kaitannya dengan posisi strategi perusahaan (David dan David, 2017: 236). Selain itu, dalam faktor penentu keberhasilan ini memiliki 2 jenis masalah yaitu masalah internal dan masalah eksternal.

Analisis SWOT

Dalam analisis SWOT, para pelaku usaha dapat menganalisis dua lingkungan yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Dalam lingkungan internal, hasil yang akan didapatkan tentunya melalui dua faktor yaitu *Strength* (Kekuatan) dan *Weakness* (Kelemahan) yang terhubung dari *Competitive Profil Matrix* (CPM). Kekuatan dan kelemahan ini merupakan pondasi dari pendirian dan pengembangan sebuah usaha. Kelemahan memiliki pengertian yaitu suatu kekurangan yang dimiliki oleh pelaku usaha dari pesaing. Kemudian kekuatan sendiri merupakan unsur dari suatu usaha yang unggul dari pesaing (Noam, 2019).

Tidak hanya lingkungan internal yang memiliki dua faktor, tetapi adapun lingkungan eksternal yang memiliki dua faktor yaitu *Opportunity* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman) yang merupakan hasil dari 5 Porter dan PESTEL. Empat faktor ini yang akan membantu pelaku usaha dapat melihat keunggulan serta kerugian yang terjadi dalam usaha “*Nature Coffee*”.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
 - 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.

Tabel 1.1

SWOT MATRIX

Internal Eksternal	Strengths 1. 2. 3. 4.	Weakness 1. 2. 3. 4.
Opportunities 1. 2. 3. 4.	S-O Strategies 1. 2. 3. 4.	W-O Strategies 1. 2. 3. 4.
Threat 1. 2. 3. 4.	S-T Strategies 1. 2. 3. 4.	W-T Strategies 1. 2. 3. 4.

Sumber : “Nature Coffee”

Analisis Pasar dan Pemasaran

Segmentasi Pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang berbeda pembeli yang memiliki kebutuhan yang berbeda, karakteristik, atau perilaku dan siapa mungkin memerlukan pemasaran terpisah strategi atau campuran (Kotler dan Armstrong, 2020:69).

Segmentasi Pasar yang digunakan “Nature Coffee” adalah geografis, demografis, psikografis.

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli maupun pembeli potensial (W Stanton, 2019: 1). Pemasaran sendiri menjadi alat mediasi dalam memasarkan suatu produk yang bertujuan untuk menaikkan tingkat penjualan hingga pada target yang dituju. Pemasaran yang digunakan “Nature Coffee” adalah diferensiasi, positioning, penetapan harga, saluran distribusi.

Promosi memiliki fungsi yang berguna untuk semua pelaku usaha yaitu media yang bertugas untuk menawarkan suatu produk kepada konsumen agar tertarik dengan produk yang ditawarkan. Tentunya promosi tersebut menimbulkan harapan kepada penjual agar penjualan mengalami kenaikan dari periode penjualan sebelumnya. Promosi yang digunakan “Nature Coffee” sendiri yaitu, advertising, sales promotion, personal selling.

METODOLOGI PENULISAN

Metode Perhitungan CPM

Dalam membuat Competitive Profile Matrix (CPM), adapun langkah-langkah proses pembuatannya sebagai berikut:



1. Faktor Kunci Sukses

Faktor kunci sukses merupakan salah satu faktor penting dalam menghitung CPM. Faktor kunci sukses ini berasal dari indikator-indikator yang telah dianalisis. Jika indikator memiliki penilaian lebih tinggi artinya strategi yang dijalankan oleh perusahaan telah berhasil dilakukan. Lalu jika indikator memiliki penilaian lebih rendah artinya strategi yang dijalankan oleh perusahaan belum berhasil dan menjadi kelemahan dalam perusahaan tersebut.

2. *Weight* / Bobot

Dalam faktor CPM, *weight* atau bobot merupakan penentu keberhasilan strategi yang diukur dari bobot kuantitatif dimulai dari 0 – 1 yang dimana 0 merupakan tidak penting dan 1 merupakan penting. Setelah masing-masing bobot ditemukan maka akan di totalkan yang harus memiliki jumlah 1.

3. Rating

Rating merupakan sebuah angka penilaian yang berperan menunjukkan suatu kelemahan dan kekuatan yang berasal dari kunci faktor sukses. Kekuatan dibagi menjadi 2 yaitu kekuatan minor dengan angka 3 dan kekuatan mayor dengan angka 4. Sedangkan untuk kelemahan dibagi menjadi 2 juga yaitu kelemahan minor dengan angka 2 dan kelemahan mayor dengan angka 1

4. Skor

Score/skor adalah hasil perkalian antara bobot dan rating dalam masing-masing perusahaan. Hasil dari perkalian tersebut kemudian akan di totalkan yang akan menunjukkan bahwa semakin tinggi skor maka semakin baik suatu perusahaan dan begitu sebaliknya.

5. *Total Weight Score*

Penilaian akhir yang wajib di antara rentang 1 yaitu rendah dan 4 yaitu tinggi.

Tabel 1.2

Competitive Profile Matrix

Kunci Faktor Sukses		Bisnis sendiri		Pesaing I		Pesaing II	
Keterangan	Bobot	Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor
X							
X							
X....dst							

Sumber : “Nature Coffee”

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Metode Kelayakan Investasi

Payback Period (PP)

Payback Period, Metode ini mencoba mengukur seberapa cepat investasi bisa kembali. Karena itu hasilnya bukan presentase, tetapi satuan waktu (bulan, tahun, dan sebagainya). Kalau periode payback ini lebih pendek daripada yang diisyaratkan, maka proyek bisnis dikatakan menguntungkan, sedangkan kalau lebih lama proyek bisnis ditolak.. (Husnan, Suad dan Suwarsono Muhammad, 2020a :166). Berikut rumus dari Payback Period:

Tahun 1 Aliran kas bersih tahun ke 1 – Investasi awal

Tahun 2 Aliran kas bersih tahun ke 2 – Akumulasi kas masuk tahun 1

Berdasarkan rumus diatas, maka akan ditemukan hasil perhitungan berapa lama modal yang akan dikembalikan.

Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV), Metode ini menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih (operasional maupun terminal *cash flow*) di masa yang akan datang. Untuk menghitung nilai sekarang tersebut perlu ditentukan terlebih dulu tingkat bunga yang dianggap relevan. (Husnan, Saud dan Suwarsono Muhammad, 2020b:167).

NPV sendiri dapat dikatakan jika mempunyai nilai positif (lebih besar dari 0) maka, usaha tersebut layak dijalankan. Begitupun sebaliknya, jika NPV mempunyai nilai negatif (lebih kecil dari 0) maka usaha tersebut tidak layak dijalankan. Adapun rumus dalam menghitung NPV yaitu

$$PV = \frac{FV}{(1+i)^n}$$

$$NPV = \sum_{t=1}^N \frac{R_t}{(1+i)^t}$$

Profitability Index (PI)

Profitability Index (PI), Metode ini menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih di masa datang dengan nilai sekarang investasi. Kalau profitability Index (PI)-nya lebih besar dari 1, maka proyek dikatakan menguntungkan, tetapi kalau kurang dikatakan tidak menguntungkan (Husnan, Saud dan Suwarsono Muhammad, 2020c:168).

Berikut rumus Profitability Index :

$$PI = \text{Total NPV} / \text{Investasi Awal}$$

Internal Rate Of Return (IRR)

IRR dapat dikatakan sebagai indikator untuk mengetahui tingkat efisiensi dari sebuah investasi. Selain itu, IRR juga bertujuan untuk melihat suatu kelayakan usaha. Jika angka IRR lebih besar



2. Menyajikan minuman dengan keadaan yang higienis terbebas dari bahan kimia yang merugikan tubuh.
3. Memberikan layanan dengan sopan dan ramah.

Competitive Profile Matrix

Tabel 1.3

Competitive Profile Matrix

Kunci Faktor Sukses	Bobot	"Nature Coffee"		Flash Coffee (Mediterania Kemayoran) 5,1km		Kopi Lain Hati (Mangga Dua Square) 1 km	
		Rating	Skor	Rating	Skor	Rating	Skor
Harga Produk	0,27	3	0,81	4	1,08	4	1,08
Kualitas Produk	0,27	3	0,81	4	1,08	3	0,81
Lokasi	0,08	3	0,24	3	0,24	4	0,32
Promosi Produk	0,27	2	0,81	4	1,08	3	0,81
Layanan Pelanggan	0,11	4	0,44	3	0,33	4	0,44
Total	1		3,11		3,81		3,46

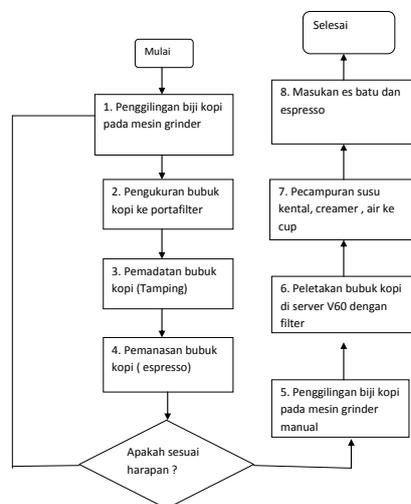
Sumber : "Nature Coffee"

Dapat dilihat bahwa Flash Coffeememiliki angka yang lebih unggul dari "Nature Coffee" dan Kopi Lain Hati. Angka yang di dapat Flash Coffee sebesar 3,81 kemudian angka yang didapat "Nature Coffee" 3,11 dan angka yang didapat Kopi Lain Hati sebesar 3,46.

Rencana Produksi

Gambar 1.2

Flowchart Proses Operasi Produk "Nature Coffee"



Sumber : "Nature Coffee"

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



Pada gambar diatas ini adalah flowchart proses operasi produk dari “Nature Coffee” yang pada langkah pertama adalah penggilingan biji kopi yang kemudian akan menghasilkan bubuk kopi. Bubuk kopi ini akan dimasukan kedalam portafilter lalu akan dipadatkan dengan nama (tamping). Lalu bubuk kopi yang sudah ditamping ini di panaskan dengan suhu yang sudah diatur oleh staff produksi yang dimana akan menghasilkan espresso.

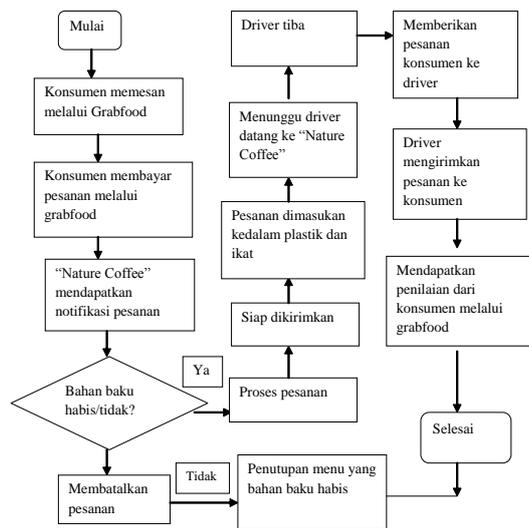
Espresso ini akan di cek apakah tingkat keasaman dan kepahitannya sudah sesuai standar. Jika belum maka akan dilakukan pengulangan dari langkah pertama. Jika sudah akan lanjut ke tahap selanjutnya yaitu proses pecampuran bahan baku pendukung seperti susu, sirup perasa, es batu. Lalu setelah itu siap dihidangkan.

Rencana Alur Penjualan Produk

1. Online

Gambar 1.3

Flowchart Alur Penjualan Produk Online “Nature Coffee”



Sumber : “Nature Coffee”

Flowchart diatas adalah alur penjualan produk dari “Nature Coffee” secara online. Tahap yang pertama adalah konsumen membuka laman “Nature Coffee” dalam aplikasi grabfood dan memesan produk konsumen membayar melalui aplikasi grabfood. Tahap yang kedua adalah “Nature Coffee” mendapatkan notifikasi pemesanan dari aplikasi grabfood dan “Nature Coffee” melakukan pengecheckan bahan baku, jika tidak mencukupi maka dilakukan penutupan menu sementara yang bahan baku nya habis. Tahap yang ketiga adalah “Nature Coffee” menerima pesanan konsumen dan membuat pesanan. Lalu pesanan akan dimasukan ke plastik dan diikat. Dan tahap yang terakhir adalah driver datang dan mengambil pesanan konsumen. Lalu dikirimkan ke alamat konsumen dan “Nature Coffee” mendapatkan penilaian dari konsumen melalui aplikasi grabfood.

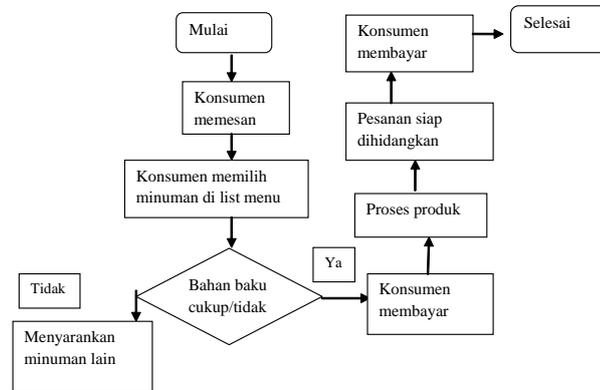


2. Offline

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 1.4
Flowchart Alur Penjualan Produk Offline “Nature Coffee”



Sumber : “Nature Coffee”

Berikut ini alur dari penjualan offline pada “Nature Coffe”, tahap pertama adalah konsumen datang menuju kasir untuk memilih produk dan memesan produk. Tahap kedua adalah pengecekan bahan baku. Jika habis, konsumen diberikan pilihan menu lain. Setelah itu, konsumen membayar produk yang telah dipilih dan barista memproses pesanan. Dan yang terakhir adalah pesanan selesai dibuat dan konsumen membayar.

Rencana SDM

Tabel 1.4

Jumlah Tenaga Kerja “Nature Coffee”

No.	Keterangan	Jumlah Tenaga Kerja				
		2024	2025	2026	2027	2028
1.	Manajer	1	1	1	1	1
2.	Staff Produksi	2	2	2	2	2
3.	Staff Keuangan & Administrasi	1	1	1	1	1
4.	Staff Marketing	0	0	1	1	1

Sumber : “Nature Coffee”

Tenaga kerja yang dibutuhkan “Nature Coffee” merupakan manajer yang akan mengatur marketing dan sekaligus sebagai pemilik usaha. Manajer sendiri akan dibantu oleh staff produksi yaitu 2 barista yang akan membuat produk dari “Nature Coffee” dan staff keuangan yaitu 1 kasir yang akan mengatur keuangan dan melayani konsumen. Lalu pada tahun ketiga “Nature Coffee” menambah divisi yaitu 1 staff marketing yang akan membantu manager dalam memasarkan produk.

Rencana Pemasaran

Dalam Ramalan Penjualan “Nature Coffee” menggunakan data berbasis pesaing yang berupa data penjualan Kopi Lain Hati dan Flash Coffee. Mereka menjual perbulan sekitar 3.000cup yang dapat dikatakan cukup banyak untuk cup yang terjual maka “Nature Coffee”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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.



mengasumsikan mampu menjual setengah dari pesaing tersebut yaitu 1.500 cup. Selain itu, adapun asumsi-asumsi yang akan dirincikan sebagai berikut:

1. Terjadi kenaikan harga penjualan sebesar 5% tiap tahunnya.
2. Terjadi kenaikan unit penjualan sebanyak 10 cup dalam tahun ke 2.
3. Terjadi kenaikan unit penjualan sebanyak 40 cup di tahun ke 3 -5.
4. Terjadi kenaikan unit untuk bulan juli dan desember dikarenakan libur sekolah dan tahun baru.

Berdasarkan akumulasi diatas ini, didapatkan ramalan penjualan dalam unit dan anggaran penjualan dalam 5 tahun kedepan yang dimulai pada tahun 2024 pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.5

Ramalan Penjualan “Nature Coffee”

Bulan	Latte Art	Americano	Caramel Latte	Caramel Cream	lotus biscuit	vanilla latte
Januari	200	200	300	300	200	300
Febuari	200	200	300	300	200	300
Maret	200	200	300	300	200	300
April	200	200	300	300	200	300
Mei	200	200	300	300	200	300
Juni	200	200	300	300	200	300
Juli	220	220	320	320	220	320
Agustus	200	200	300	300	200	300
September	200	200	300	300	200	300
Oktober	200	200	300	300	200	300
November	200	200	300	300	200	300
Desember	220	220	320	320	220	320
Total	2.440	2.440	3.640	3.640	2.440	3.640

Sumber : “Nature Coffee”

Tabel 1.6

Ramalan Anggaran Penjualan “Nature Coffee” Tahun 2024

Bulan	Latte Art			Americano			Caramel Latte		
	Unit	Harga	Revenue (Rp)	Unit	Harga	Revenue (Rp)	Unit	Harga	Revenue (Rp)
Januari	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
Febuari	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
Maret	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
April	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
Mei	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
Juni	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
Juli	220	22.000	4.840.000	220	15.000	3.300.000	320	20.000	6.400.000
Agustus	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
September	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
Oktober	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
November	200	22.000	4.400.000	200	15.000	3.000.000	300	20.000	6.000.000
Desember	220	22.000	4.840.000	220	15.000	3.300.000	320	20.000	6.400.000
Total	2.440		53.680.000	2.440		36.600.000	3.640		72.800.000
Bulan	caramel cream frappucino			Lotus Biscuit Shake			Vanila Latte		
	Unit	Harga	Revenue (Rp)	Unit	Harga	Revenue (Rp)	Unit	Harga	Revenue (Rp)
Januari	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
Febuari	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
Maret	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
April	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
Mei	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
Juni	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
Juli	320	22.000	7.040.000	220	22.000	4.840.000	320	22.000	7.040.000
Agustus	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
September	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
Oktober	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
November	300	22.000	6.600.000	200	22.000	4.400.000	300	22.000	6.600.000
Desember	320	22.000	7.040.000	220	22.000	4.840.000	320	22.000	7.040.000
total	3.640		80.080.000	2.440		53.680.000	3.640		80.080.000

Sumber : “Nature Coffee”



Berikut tabel diatas adalah rincian ramalan penjualan tahun 2024 yang diasumsikan bahwa terjadi peningkatan pada bulan juli dan desember sebanyak 20 cups dengan total revenue secara keseluruhan adalah sebesar Rp 376.920.000.

Rencana Keuangan

1. Laporan Laba Rugi

Tabel 1.7

Laporan Laba Rugi

Keterangan	2024	2025	2026	2027	2028
Penjualan (1)	376.920.000	411.264.000	496.918.800	595.806.435	697.360.246
Biaya Tetap :					
Biaya Pemasaran (2)	5.560.380	5.716.071	5.876.121	6.040.652	6.209.790
Biaya Administrasi dan Umum (3)	1.695.000	1.680.000	1.680.000	1.680.000	1.680.000
Biaya Pemeliharaan (4)	1.800.000	1.953.200	4.507.890	4.634.111	4.763.866
Biaya Penyusutan Peralatan (5)	13.809.800	13.809.800	13.809.800	13.809.800	13.809.800
Biaya Tenaga Kerja (6)	214.500.000	225.225.000	294.986.250	309.735.563	322.765.347
Biaya Telepon dan Internet (7)	8.377.600	8.612.173	8.853.314	9.101.206	9.356.040
Total Biaya Tetap	245.742.780	256.996.244	329.713.375	345.001.332	358.584.844
Biaya Variable :					
Biaya Perlengkapan (8)	9.258.000	9.515.000	10.628.400	11.833.200	12.932.400
Biaya Bahan Baku (9)	74.138.000	76.115.000	88.234.000	100.653.000	112.558.000
Biaya Listrik (10)	21.700.742	22.308.363	22.932.997	23.575.121	24.235.224
Biaya Air (11)	1.694.280	1.741.720	1.790.488	1.840.622	1.892.159
Total Biaya Variable	106.791.022	109.680.083	123.585.885	137.901.943	151.617.783
Total Biaya Tetap dan Variable	352.533.802	366.676.327	453.299.260	482.903.275	510.202.627
Laba sebelum pajak	24.386.198	44.587.673	43.619.540	112.903.160	187.157.619
Pajak 0,5% (PP No.23 2018)				2.979.032	3.486.801
Laba Bersih	24.386.198	44.587.673	43.619.540	109.924.128	183.670.818

Sumber : "Nature Coffee"

Dalam laporan laba rugi, pelaku usaha juga dapat mengetahui seberapa besar laba yang diperoleh dari bisnis tersebut. Selama tahun 2024 "Nature Coffee" mendapatkan laba sebesar 6% , tahun 2025 sebesar 11%, tahun 2026 sebesar 9% , tahun 2027 sebesar 18%, dan 2028 sebesar 26% .

2. Laporan Arus Kas

Tabel 1.8

Laporan Arus Kas "Nature Coffee"

Keterangan	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Arus Kas Masuk						
Modal (1)	160.988.667	-	-	-	-	-
Penjualan (2)	-	376.920.000	411.264.000	496.918.800	595.806.435	697.360.246
Total Arus Kas Masuk	160.988.667	376.920.000	411.264.000	496.918.800	595.806.435	697.360.246
Arus Kas Keluar						
Biaya Renovasi (3)	39.060.000	-	-	-	-	-
Biaya Pemasaran (4)	-	5.560.380	5.716.071	5.876.121	6.040.652	6.209.790
Biaya Bahan Baku (5)	6.178.167	74.138.000	76.115.000	88.234.000	100.653.000	112.558.000
Biaya Listrik (6)	-	21.700.742	22.308.363	22.932.997	23.575.121	24.235.224
Biaya Air (7)	-	1.694.280	1.741.720	1.790.488	1.840.622	1.892.159
Biaya Internet (8)	-	8.377.600	8.612.173	8.853.314	9.101.206	9.356.040
Biaya Administrasi dan Umum (9)	-	1.695.000	1.680.000	1.680.000	1.680.000	1.680.000
Biaya Tenaga Kerja (10)	-	214.500.000	225.225.000	294.986.250	309.735.563	322.765.347
Biaya Peralatan (11)	89.979.000	-	-	-	-	-
Biaya Pemeliharaan (12)	-	1.800.000	1.953.200	4.507.890	4.634.111	4.763.866
Biaya Perlengkapan (13)	771.500	9.258.000	9.515.000	10.628.400	11.833.200	12.932.400
Pajak 0,5%	-				2.979.032	3.486.801
Total Arus Kas Keluar	135.988.667	338.724.002	352.866.527	439.489.460	472.072.507	499.879.628
Arus Kas Bersih	25.000.000	38.195.998	58.397.473	57.429.340	123.733.928	197.480.618
Saldo Kas Awal	-	25.000.000	63.195.998	121.593.471	179.022.812	302.756.739
Saldo kas Akhir Periode	25.000.000	63.195.998	121.593.471	179.022.812	302.756.739	500.237.357

Sumber : "Nature Coffee"



Pada bagian saldo kas akhir periode “Nature Coffee” mengalami kenaikan pada tahun 2024-2025 sebesar 92%. Lalu untuk tahun 2025 – 2026 terjadi kenaikan sebesar 47%. Selanjutnya untuk tahun 2026 – 2027 terjadi kenaikan sebesar 69% dan pada tahun terakhir yaitu tahun 2027 – 2028 terjadi kenaikan sebesar 65%.

3. Laporan Neraca

Tabel 1.9

Laporan Neraca “Nature Coffee”

Neraca	2024	2025	2026	2027	2028
Kas (1)	63.195.998	121.593.471	179.022.812	302.756.739	500.237.357
persediaan bahan baku	6.178.167	6.178.167	5.720.367	5.891.467	5.890.667
Perlengkapan (2)	771.500	771.500	771.500	771.500	771.500
Total Aktiva Lancar	70.145.665	128.543.138	185.514.678	309.419.706	506.899.524
Aktiva Tetap					
renovasi	39.060.000	39.060.000	39.060.000	39.060.000	39.060.000
Peralatan (3)	89.979.000	89.979.000	89.979.000	89.979.000	89.979.000
Akumulasi penyusutan peralatan (4)	(13.809.800)	(27.618.000)	(40.971.600)	(54.952.500)	(68.761.500)
Total Aktiva Tetap	115.229.200	101.421.000	49.007.400	74.086.500	21.217.500
Total Aktiva Lancar dan Tetap	185.374.865	229.964.138	273.582.078	383.506.206	567.177.024
Passiva					
Modal Sendiri	160.988.667	160.988.667	160.988.667	160.988.667	160.988.667
Laba Ditahan	0	24.386.198	68.973.871	112.593.412	222.517.539
Laba Tahun Berjalan (5)	24.386.198	44.587.673	43.619.540	109.924.128	183.670.818
Total Passiva	185.374.865	229.962.538	273.582.078	383.506.206	567.177.024

Sumber : “Nature Coffee”

Berdasarkan perhitungan proyeksi neraca, pada tahun 2024 – 2025 mengalami kenaikan sekitar 24%, tahun 2025 – 2026 mengalami kenaikan sekitar 19%, tahun 2026 – 2027 terjadi kenaikan sekitar 40% dan tahun 2027 – 2028 mengalami kenaikan sekitar 48%.

Kelayakan Investasi

Kelayakan investasi pada “Nature Coffee” berdasarkan pada perhitungan Payback Period yang memiliki maksimal kembaliannya 5 tahun diketahui bahwa perhitungan ini menyatakan pengembalian modal akan dikembalikan pada 3 Tahun 1 Bulan 2 Hari. Maka dari hasil pernyataan ini, “Nature Coffee” dapat dikatakan layak untuk dijalankan karena tidak melebihi batas maksimal. Selanjutnya, untuk Net Present Value “Nature Coffee” dinyatakan layak karena memiliki hasil perhitungan sebesar Rp 183.799.183 yang artinya lebih besar dari nilai 0 (nol). Lalu untuk analisa Profitability Index, “Nature Coffee” menghasilkan 1,1 yang artinya layak dijalankan karena lebih dari 1. Dan untuk Internal Rate Of Return, “Nature Coffee” menghasilkan nilai sebesar 35,7% yang artinya layak untuk dijalankan karena lebih besar dari suku bunga yaitu 7,9%.

Analisis Resiko

1. Jika karyawan melakukan resign maka antisipasi yang dilakukan memberikan bonus seperti adanya Tunjangan Hari Raya ataupun melakukan acara kumpul bersama untuk mendekatkan para anggota tim.



2. Jika bahan baku akan mengalami expired atau busuk karena sudah lama tidak terpakai, maka bahan baku yang lama akan dikeluarkan dan yang baru akan disimpan ke tempat penyimpanan untuk mencegah kebusukan.

3. Jika pesaing baru mudah masuk ke dalam industri ini, maka "Nature Coffee" akan melakukan kerjasama dengan grabfood agar voucher promo yang diberikan dapat diberikan lebih banyak variasinya sehingga konsumen akan tertarik dengan promo yang ada.

4. Jika konsumen bosan dengan menu "Nature Coffee" antisipasi yang dilakukan adalah menawarkan menu sementara yang akan dilakukan survey seberapa banyak yang membeli, jika banyak maka akan dijadikan sebagai menu tetap.

5. Jika pemasok tidak mengirimkan pesanan bahan baku sesuai dengan pesanan maka manager akan menghubungi pemasok dan meminta pengiriman ulang pesanan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

"Nature Coffee" dibangun berdasarkan tingkat kelayakan investasi yang sudah diperhitungkan dari sisi aspek produksi mengalami kelayakan karena alat produksi maupun bahan-bahan memiliki kualitas yang tinggi. Lalu dari sisi SDM sendiri memiliki 2 staff produksi yang sudah handal membantu proses operasi produk. Selanjutnya dari sisi pemasaran, "Nature Coffee" dapat mengikuti pasar / trend yang sedang terjadi karena pemasaran yang dilakukan melalui sosial media sehingga memiliki brand awarnes yang cukup tinggi. Lalu untuk sisi keuangan pun "Nature Coffee" layak untuk dijalankan karena adanya perhitungan kelayakan investasi yang menghasilkan layak berdasarkan syarat kelayakan masing-masing.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dalam mendirikan sebuah usaha saran yang dapat dilakukan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya adalah pemasaran yang dilakukan secara terus menerus melalui sosial media dan tokoh influencer yang sangat berpengaruh saat ini. Hal ini tentu akan berpengaruh dengan brand awarnes.



LAMPIRAN

Perhitungan CPM

Hasil CPM

Kunci Faktor Sukses	"Nature Coffee"		Flash Coffee (Mediterrania Kemayoran) 5,1km		Kopi Lain Hati (Mangga Dua Square) 1 km		
	Keterangan	Bobot	Rating	Skor	Rating	Skor	Rating
Harga Produk	0,27	3	0,81	4	1,08	4	1,08
Kualitas Produk	0,27	3	0,81	4	1,08	3	0,81
Lokasi	0,08	3	0,24	3	0,24	4	0,32
Promosi Produk	0,27	2	0,81	4	1,08	3	0,81
Layanan Pelanggan	0,11	4	0,44	3	0,33	4	0,44
Total	1		3,11		3,81		3,46

Perhitungan Proyeksi Keuangan

Laba rugi

Keterangan	2024	2025	2026	2027	2028
Penjualan (1)	376.920.000	411.264.000	496.918.800	595.806.435	697.360.246
Biaya Tetap :					
Biaya Pemasaran (2)	5.560.380	5.716.071	5.876.121	6.040.652	6.209.790
Biaya Administrasi dan Umum (3)	1.695.000	1.680.000	1.680.000	1.680.000	1.680.000
Biaya Pemeliharaan (4)	1.800.000	1.953.200	4.507.890	4.634.111	4.763.866
Biaya Penyusutan Peralatan (5)	13.809.800	13.809.800	13.809.800	13.809.800	13.809.800
Biaya Tenaga Kerja (6)	214.500.000	225.225.000	294.986.250	309.735.563	322.765.347
Biaya Telepon dan Internet (7)	8.377.600	8.612.173	8.853.314	9.101.206	9.356.040
Total Biaya Tetap	245.742.780	256.996.244	329.713.375	345.001.332	358.584.844
Biaya Variable :					
Biaya Perlengkapan (8)	9.258.000	9.515.000	10.628.400	11.833.200	12.932.400
Biaya Bahan Baku (9)	74.138.000	76.115.000	88.234.000	100.653.000	112.558.000
Biaya Listrik (10)	21.700.742	22.308.363	22.932.997	23.575.121	24.235.224
Biaya Air (11)	1.694.280	1.741.720	1.790.488	1.840.622	1.892.159
Total Biaya Variable	106.791.022	109.680.083	123.585.885	137.901.943	151.617.783
Total Biaya Tetap dan Variable	352.533.802	366.676.327	453.299.260	482.903.275	510.202.627
Laba sebelum pajak	24.386.198	44.587.673	43.619.540	112.903.160	187.157.619
Pajak 0,5% (PP No.23 2018)	-	-	-	2.979.032	3.486.801
Laba Bersih	24.386.198	44.587.673	43.619.540	109.924.128	183.670.818

Arus Kas

Keterangan	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Arus Kas Masuk						
Modal (1)	160.988.667	-	-	-	-	-
Penjualan (2)	-	376.920.000	411.264.000	496.918.800	595.806.435	697.360.246
Total Arus Kas Masuk	160.988.667	376.920.000	411.264.000	496.918.800	595.806.435	697.360.246
Arus Kas Keluar						
Biaya Renovasi (3)	39.060.000	-	-	-	-	-
Biaya Pemasaran (4)	-	5.560.380	5.716.071	5.876.121	6.040.652	6.209.790
Biaya Bahan Baku (5)	6.178.167	74.138.000	76.115.000	88.234.000	100.653.000	112.558.000
Biaya Listrik (6)	-	21.700.742	22.308.363	22.932.997	23.575.121	24.235.224
Biaya Air (7)	-	1.694.280	1.741.720	1.790.488	1.840.622	1.892.159
Biaya Internet (8)	-	8.377.600	8.612.173	8.853.314	9.101.206	9.356.040
Biaya Administrasi dan Umum (9)	-	1.695.000	1.680.000	1.680.000	1.680.000	1.680.000
Biaya Tenaga Kerja (10)	-	214.500.000	225.225.000	294.986.250	309.735.563	322.765.347
Biaya Peralatan (11)	89.979.000	-	-	-	-	-
Biaya Pemeliharaan (12)	-	1.800.000	1.953.200	4.507.890	4.634.111	4.763.866
Biaya Perlengkapan (13)	771.500	9.258.000	9.515.000	10.628.400	11.833.200	12.932.400
Pajak 0,5%	-	-	-	-	2.979.032	3.486.801
Total Arus Kas Keluar	135.988.667	338.724.002	352.866.527	439.489.460	472.072.507	499.879.628
Arus Kas Bersih	25.000.000	38.195.998	58.397.473	57.429.340	123.733.928	197.480.618
Saldo Kas Awal	-	25.000.000	63.195.998	121.593.471	179.022.812	302.756.739
Saldo kas Akhir Periode	25.000.000	63.195.998	121.593.471	179.022.812	302.756.739	500.237.357



Neraca

Neraca	2024	2025	2026	2027	2028
Kas (1)	63.195.998	121.593.471	179.022.812	302.756.739	500.237.357
persediaan bahan baku	6.178.167	6.178.167	5.720.367	5.891.467	5.890.667
Perlengkapan (2)	771.500	771.500	771.500	771.500	771.500
Total Aktiva Lancar	70.145.665	128.543.138	185.514.678	309.419.706	506.899.524
Aktiva Tetap					
Renovasi	39.060.000	39.060.000	39.060.000	39.060.000	39.060.000
Peralatan (3)	89.979.000	89.979.000	89.979.000	89.979.000	89.979.000
Akumulasi penyusutan peralatan (4)	(13.809.800)	(27.618.000)	(40.971.600)	(54.952.500)	(68.761.500)
Total Aktiva Tetap	115.229.200	101.421.000	49.007.400	74.086.500	21.217.500
Total Aktiva Lancar dan Tetap	185.374.865	229.964.138	273.582.078	383.506.206	567.177.024
Passiva					
Modal Sendiri	160.988.667	160.988.667	160.988.667	160.988.667	160.988.667
Laba Ditahan	0	24.386.198	68.973.871	112.593.412	222.517.539
Laba Tahun Berjalan (5)	24.386.198	44.587.673	43.619.540	109.924.128	183.670.818
Total Passiva	185.374.865	229.962.538	273.582.078	383.506.206	567.177.024

Perhitungan Kelayakan Investasi

Payback period

Tahun	Investasi	Net Profit	Depresiasi	Aliran Kas Bersih	Akumulasi Kas Masuk
2023	160.988.667			(160.988.667)	(160.988.667)
2024		24.386.198	13.809.800	38.195.998	(122.792.669)
2025		44.587.673	13.809.800	58.397.473	(64.395.195)
2026		43.619.540	13.809.800	57.429.340	(6.965.855)
2027		109.924.128	13.809.800	123.733.928	116.768.073
2028		183.670.818	13.809.800	197.480.618	80.712.545

Tahun : 3

Bulan : $123.733.928 / 6.965.855 = 0,05 = 1$

Hari = $0,05 \times 30 = 2$ hari

Net present value

Keterangan	2024	2.025	2.026	2.027	2.028
EAT	24.386.198	44.587.673	43.619.540	109.924.128	183.670.818
Peny.Peralatan		13.809.800	13.809.800	13.809.800	13.809.800
NCF	24.386.198	58.397.473	57.429.340	123.733.928	197.480.618

Tahun	NCF (Rp)	Df = $7,9\% \frac{1}{(1+r)^n}$	PV of NCF
2024	24.386.198	0,926784059	22.600.740
2025	58.397.473	0,858928693	50.159.265
2026	57.429.340	0,796041420	45.716.134
2027	123.733.928	0,737758499	91.285.757
2028	197.480.618	0,683742816	135.025.954
PV to NCF			344.787.849
Investasi			160.988.667
NPV			183.799.183

Profitability Index

PI = Total NPV / Investasi

PI = $183.799.183 / 160.988.667$

PI = 1,1



Internal rate of return

Tahun	NCF (Rp)	Df = 30% $1/(1+r)^n$	PV of NCF
2024	24.386.198	0,769230769	18.758.614
2025	58.397.473	0,591715976	34.554.718
2026	57.429.340	0,455166136	26.139.891
2027	123.733.928	0,350127797	43.322.688
2028	197.480.618	0,269329074	53.187.272
PV to NCF			175.963.182
Investasi			160.988.667
NPV			14.974.516

Tahun	NCF (Rp)	Df = 35% $1/(1+r)^n$	PV of NCF
2024	24.386.198	0,740740741	18.063.850
2025	58.397.473	0,548696845	32.042.509
2026	57.429.340	0,406442107	23.341.702
2027	123.733.928	0,301068228	37.252.354
2028	197.480.618	0,223013502	44.040.844
PV to NCF			154.741.260
Investasi			160.988.667
NPV			(6.247.406)

$$IRR = 30 + (35 - 30) \times (14.947.516 / (14.947.516 - (-6.247.406)))$$

$$IRR = 30 + 5 \times (14.947.516 / 21.194.922)$$

$$IRR = 30 + 5 (0,70) = 30 + 5,7 = 35,7 \%$$

Break even point (BEP)

Tahun	Penjualan	Biaya Variable	Biaya Tetap	Marjin Kontribusi	BEP
2024	376.920.000	106.791.022	245.742.780	0,71667457	342.893.122
2025	411.264.000	109.680.083	256.996.244	0,73330979	350.460.675
2026	496.918.800	123.585.885	329.713.375	0,75129561	438.859.709
2027	595.806.435	137.901.943	345.001.332	0,76854573	448.901.501
2028	697.360.246	151.617.783	358.584.844	0,78258327	458.206.630

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang. Seluruh isi buku ini merupakan hak cipta dan kekayaan intelektual yang dilindungi undang-undang. Penyalinan tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Teks

Budi Harsanto . (2017). Dasar Ilmu Manajemen Operasi.

Chad J.Z. Scott B.S. (2019). Principle of Managerial Finance (15th Edition ed).

David, F. & David, F. (2017). Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases (16th Edition ed). Pearson Education.

Husnan, Suad. Suwarsono Muhammad. (2020). Studi Kelayakan Proyek Bisnis (Edisi 5).

Jay Heizer, B. R. (2017). Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management (12th Edition ed). Pearson Education.

Joseph J. Martocchio (2019a). Human Resources Management (15th Edition ed). Pearson Education.

Kotler P, Armstrong G. (2018). Principles of Marketing (Seventeenth Edition).

Kotler P, Armstrong G. (2020). Principles of Marketing. Pearson Education.

Noam, E.M. (2019). Managing Media and Digital Organizations. In Managing Media and Digital Organizations. Springer International Publishing.

Robbins, Stephen P. Mary Coutler. (2021), Management (15th Edition ed). Pearson Education.

Siti Resmi. (2019), Perpajakan: Teori & Kasus. (Edisi 11). Salemba Empat.

Team FME. (2022). Porter's Five Forces – Strategy skills.

Yulianti, Farida , S.E.,M.M. et al (2019), Pemasaran – Manajemen Pemasaran.

Internet dan Website

AntaraneWS, Perkembangan Industri Bisnis Kopi Dki Jakarta, Diakses 24 november 2022, <https://www.antaraneWS.com/berita/1027354/bisnis-coffe-shop-kekinian-makin-digandrungi-di-jakarta>

AntaraneWS, Kenaikan UMP Jakarta tahun 2022, Diakses 3 Maret 2023 [https://megapolitan.antaraneWS.com/berita/221945/ump-dki-jakarta-2023-naik-jadi-rp49-juta#:~:text=Jakarta%20\(ANTARA\)%20%2D%20Pemprov%20DKI,2022%20sebesar%20Rp4%2C6%20juta.](https://megapolitan.antaraneWS.com/berita/221945/ump-dki-jakarta-2023-naik-jadi-rp49-juta#:~:text=Jakarta%20(ANTARA)%20%2D%20Pemprov%20DKI,2022%20sebesar%20Rp4%2C6%20juta.)

Badan Pusat Statistik, Rata-rata Pengeluaran Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Minuman Jadi Per Kabupaten/Kota (Rupiah/Kapita/Minggu), 2021, Diakses 24 november 2022.

<https://www.bps.go.id/indikator/5/2123/1/rata-rata-pengeluaran-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-makanan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html>

Bank Indonesia, Inflasi Keseluruhan Biaya Utilitas, Pemeliharaan, Pemasaran, Perlengkapan, Diakses 22 Febuari 2023.

<https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/data-inflasi.aspx>

DataIndonesia.id, Konsumsi Kopi di Indonesia,2021, Diakses 3 Januari 2023.

<https://dataIndonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia>

Google Trends, Diakses 10 november 2022





<https://trends.google.co.id/trends/explore?date=2020-10-10%202022110&geo=ID&q=coffeeshop>

THE ECONOMICS, Tren Konsumsi Kopi Nasional Menurut Kementerian Pertanian, 2021, Diakses 10 november 2022

<https://www.theeconomics.com/infographic/38699/>

Kompas, Suku Bunga Pinjaman BCA, Diakses 18 Maret 2023

[https://money.kompas.com/read/2022/12/25/090600126/bi-minta-perbankan-tidak-naikkan-bunga-kredit-ini-respons-bca?page=all#:~:text=Adapun%20suku%20bunga%20dasar%20kredit,%20DKPR%205%2C96%20persen&text=%22Hingga%20saat%20ini%20kami%20belum,25%2F12%2F2022\).](https://money.kompas.com/read/2022/12/25/090600126/bi-minta-perbankan-tidak-naikkan-bunga-kredit-ini-respons-bca?page=all#:~:text=Adapun%20suku%20bunga%20dasar%20kredit,%20DKPR%205%2C96%20persen&text=%22Hingga%20saat%20ini%20kami%20belum,25%2F12%2F2022).)

Kontan.co.id, Permintaan Kopi Robusta, Diakses 24 november 2022

<https://newssetup.kontan.co.id/news/tahun-ini-permintaan-kopi-robusta-diperkirakan-masih-stabil?page=all>

Listrik, Golongan Listrik, Diakses 22 Febuari 2023

<https://www.s-gala.com/blog-post/golongan-tarif-listrik>

PDAM, Golongan Air, Diakses 27 Febuari 2023

<https://www.pdamtirtakhatulistiwa.com/site/pages/tarif>

