

“RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA SORRY I’M LATTE CAFÉ DI SEMARANG JAWA TENGAH”

Timotius Ryan Pramana
Drs. Akromul Ibad, M.M.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta-Indonesia
Email: timotiusryan96@gmail.com

ABSTRAK

Timotius Ryan Pramana / 70150242 / 2019 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha “*Sorry, I’m Latte Coffee*” di Semarang / Dosen Pembimbing: Drs. Akromul Ibad, M.M.

Sorry, I’m Latte merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner yaitu café dengan konsep modern dan minimalis. *Sorry, I’m Latte* menjual berbagai macam produk makanan dan minuman ala *western* tetapi masih menjual produk lokal. *Sorry, I’m Latte* terletak di Jalan Rinjani no. 25 Semarang.

Sorry, I’m Latte memiliki visi untuk menjadi *café* terbaik di Jawa tengah dengan misi memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik.

Produk yang ditawarkan oleh *Sorry, I’m Latte* yaitu seperti *Western Sandwich* , *croissant* dan berbagai macam olahan kopi seperti *Café Latte*, *Flat white* maupun *Cappuccino*.

Seperti halnya bisnis yang lain, strategi pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek *Sorry, I’m Latte*. Dalam hal ini *SIL* memiliki salah satu strategi pemasaran utamanya yaitu melalui sosial media.

Sumber daya manusia sangat dibutuhkan untuk menunjang kegiatan operasional bisnis *Sorry, I’m Latte*. Saat ini direncanakan karyawan berjumlah tujuh belas orang.

Investasi awal yang dibutuhkan *Sorry, I’m Latte* sebesar Rp. 2.419.436.943,00 yang digunakan untuk cadangan kas, biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya sewa ruko, serta biaya renovasi. Investasi awal ini merupakan hibah dari orang tua. Hasil analisis keuangan menunjukkan bahwa pada BEP nilai *sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Untuk NPV memperoleh nilai sebesar 3.156.938.438,00, untuk PI diperoleh nilai sebesar 1,304 lebih besar dari 1. Sedangkan untuk *payback period* diperoleh 1 tahun 6 bulan 1 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah bisnis *Sorry, I’m Latte* layak untuk dijalankan.

Kata kunci: *Sorry, I’m Latte*, *café*, *Business Plan*

ABSTRACT

Timotius Ryan Pramana / 70150242 / 2019 / *Business Plan Project “Sorry, I’m Latte Coffee” in Semarang / Supervisor: Drs. Akromul Ibad, M.M.*

Sorry, I’m Latte is a business that is engaged in the culinary field, namely *café* with a modern and minimalist concept. *Sorry, I’m Latte* sells a variety of western-style food and beverage products but still sells local products. *Sorry, I’m Latte* is located on Jalan Rinjani No. 25 Semarang.

Sorry, I’m Latte has a vision to be the best *café* in Central Java with the mission of providing satisfaction to customers with the best quality products and services.

The products offered by *Sorry, I’m Latte*, are like *Western Sandwiches*, *croissants* and various kinds of processed coffee such as *Café Latte*, *Flat white* and *Cappuccino*.

Like other businesses, a marketing strategy is needed to increase public awareness of the *Sorry I’m Latte* brand. In this case *SIL* has one of its main marketing strategies, namely through social media.

Human resources are needed to support *SIL*’s business operations. Currently there are seventeen employees planned.

Initial investment needed by Sorry, I'm Latte is around Rp. 2,419,436,943.00 used for cash reserves, equipment costs, shop rental fees, and renovation costs. This initial investment is a grant from parents. The results of financial analysis show that the BEP of sales value is higher than the costs incurred. For NPV obtained a value of 3.156.938.438,00, for PI obtained a value of 1.304 greater than 1. While for the payback period obtained 1 year 6 months 1 days with a maximum limit of 5 years. The conclusion of this financial feasibility analysis is the Sorry I'm Latte business is feasible to run.

Keywords: *Sorry, I'm Latte, café, business plan.*

PENDAHULUAN

Di jaman sekarang ini bisnis kuliner menjadi salah satu yang terbesar di Indonesia. Dengan permintaan pasar yang sangat tinggi terhadap produk makanan dan minuman ini menjadikan sebuah kesempatan bisnis bagi para pebisnis yang ingin mencoba memperoleh profit di bidang kuliner. Banyak varian produk yang dapat dijual dari makanan kecil hingga makanan besar. Dengan gaya hidup para masyarakat zaman sekarang yang lebih suka makanan siap saji, tentu dengan hadirnya bisnis makanan kuliner sangat bermanfaat bagi mereka yang membutuhkan waktu yang cepat untuk makan sebelum beraktivitas contohnya adalah restoran yang menyajikan kopi berkualitas dan makanan yang memadai.

Di Indonesia, masyarakat lebih memilih untuk menikmati kopi di kedai kopi dan menjadikannya sebagai tempat pertemuan atau meeting point. Tempat yang nyaman dengan suasana yang nyaman membuat konsumen betah untuk berlangganan secara terus menerus (loyal). Konsumen pada umumnya lebih memilih kafe yang berfasilitas lengkap dan memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan. Salah satunya, wifi yang merupakan hal yang menjadi kebutuhan banyak orang saat ini. Di Indonesia, berbicara mengenai konsumen yang terdiri dari berbagai sikap, ada juga yang mampir di kedai kopi hanya untuk menghabiskan waktu. Dan ada juga konsumen yang mengadakan pertemuan di kedai kopi atau dijadikan tempat meeting point. Kedai kopi telah banyak memiliki manfaat tersendiri bagi berbagai tipe konsumen. Konsumen memanfaatkan kedai kopi untuk kepentingan mereka sendiri. Berbagadaftar tabeli jenis konsumen membuat persaingan usaha menjadi sesuatu hal yang harus diperhatikan untuk para pengusaha dalam menjalankan dan mempertahankan usahanya. Segala usaha memiliki persaingan masing-masing, 2 sehingga hal tersebut membuat perusahaan harus memiliki strategi untuk dapat menjadi unggul dalam persaingan. Perusahaan harus dapat mengetahui cara untuk mempertahankan konsumennya agar tidak berpaling kepada pesaingnya. Khususnya dalam bidang usaha kedai kopi yang memang saat ini sedang maraknya di Indonesia .

Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari *Sorry, I'm Latte* ini adalah “Menjadi Coffee Shop Terbaik di Jawa Tengah” . Dengan misi dari *SIL Café* adalah sebagai berikut :

1. Menjadi *Coffee Shop* terbaik di Semarang
2. Menjadi penyedia makanan dan minuman sehat dan berkualitas bagi para pelanggan
3. Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik

Besarnya Peluang Bisnis

Saat ini bisnis kuliner merupakan peluang bisnis yang sangat menjanjikan dengan profit yang menggiurkan. Berawal dari kebutuhan akan makan yang tidak akan pernah hilang dan masyarakat Indonesia yang semakin lama semakin sibuk dengan berkarier , masyarakat membutuhkan jasa penjual makanan yang memudahkan mereka untuk melakukan sarapan pagi, makan siang maupun makan malam. Selain itu restoran/café/maupun bar sudah bukan lagi dijadikan tempat membeli makan atau minuman saja tetapi sudah sebagai tempat tujuan wisata. Begitulah trend yang berkembang saat ini, sekarang berwisata tidak hanya harus mengunjungi sebuah tempat rekreasi sebagai sarana masyarakat untuk refreshing. Namun menikmati salah satu kuliner favorit bersma keluarga pun sudah menjadi kegiatan yang menyenangkan yang serupa dengan berwisata. Bidang kuliner juga memiliki produk dan varian yang beragam sehingga pelaku usaha dapat memilih untuk menentukan jenis kuliner apa yang ingin dijalani sesuai dengan passion dan kesempatan bisnisnya masing – masing.

Dunia bisnis kuliner juga menawarkan kemudahan bagi pelakunya untuk berinovasi untuk memunculkan produk-produk yang belum pernah ada yang memiliki potensi untuk meledak di pasaran, dengan begitu pasar tidak akan bosan dengan produk-produk yang konvensional. Dan yang terakhir, sudah bukan rahasia lagi bahwa bisnis kuliner ini menjanjikan keuntungan yang besar dan berlipat. Hal ini

dikarenakan pemilihan harga baku yang terjangkau dan dengan packaging dan kualitas produk yang menarik dapat menaikkan harga jual sangat tinggi.

Kebutuhan Dana

Besarnya modal yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha *Sorry, I'm Latte Café* ini sebesar Rp 2.419.436.943,- yang berasal dari hibah orang tua penulis dan berharap dapat mendirikan dan mengembangkan usaha ini menjadi lebih baik dan besar.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2015), pemasaran memiliki arti yaitu suatu proses sosial dan manajerial di mana individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain. Tujuan yang ingin dicapai dari pemasaran ini adalah untuk mendapatkan nilai keuntungan yang optimal atas produk atau jasa yang dihasilkan berkaitan dengan pemenuhan kepuasan bagi konsumen yang menggunakannya. Untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran, maka individu atau perusahaan harus dapat menentukan bentuk produk atau jasa seperti apa yang dapat memberikan nilai kepuasan dari keinginan dan kebutuhan konsumen yang dituju dengan cara-cara yang lebih efektif dan efisien dari pada pesaing.).

Rencana Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214) segmentasi pasar adalah kegiatan membagi pasar menjadi bagian yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakter, atau perilaku tertentu yang mungkin membutuhkan strategi atau bauran pemasaran yang terpisah. Segmen pasar merupakan sebuah kelompok konsumen yang ketika diberi cara pemasaran yang sama, respon yang muncul akan mirip.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214), Target pasar adalah kebutuhan dan karakteristik dari konsumen yang telah ditetapkan oleh perusahaan untuk melayaninya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:214), Positioning adalah penempatan merk produk kedalam pikiran konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:314), harga adalah sejumlah uang yang dikenakan untuk barang atau jasa. Lebih luasnya, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang dikeluarkan konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan kelebihan dari penggunaan barang atau jasa. Selanjutnya, secara umum ada tiga strategi yang dapat digunakan dalam menetapkan harga.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:367), perusahaan mendesain saluran distribusi untuk membuat produk dan jasa mereka tersedia bagi konsumen dengan cara yang berbeda-beda. Setiap lapisan atau tingkatan dari perantara pemasaran yang berusaha untuk membuat produk dan kepemilikannya lebih dekat dengan pembeli akhir disebut channel level.

Produk

Kotler dan Armstrong (2015), mengartikan produk sebagai segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, digunakan, atau dikonsumsi yang bisa memuaskan kebutuhan atau keinginan. sProduk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud (*tangible*). Dalam artian luas, produk meliputi objek-objek fisik, jasa, acara, orang, tempat, organisasi, ide atau bauran entitas-entitas ini.

Analisis Kelayakan Usaha

Menurut Mesra B (2016:45), analisis pulang pokok (*break even*) merupakan suatu konsep yang digunakan untuk menganalisis jumlah minimum produk yang harus dihasilkan atau terjual agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Keadaan pulang pokok terjadi apabila $Total Revenue (TR) = Total Cost (TC)$, perusahaan tidak memperoleh keuntungan maupun menderita kerugian.

Menurut Gitman dan Zutter (2012:509), laporan laba-rugi merupakan ringkasan finansial hasil operasi suatu perusahaan pada periode tertentu. Biasanya laporan laba rugi menutupi periode 1 tahun operasi perusahaan.

Analisis Pesaing

Menurut Fred R. David (2013:106) *Porter's Five-Forces Model* adalah model analisis kompetitif yang sering digunakan dalam mengembangkan strategi dari banyak industri. Dalam menganalisis seseorang harus mengidentifikasi lima kekuatan yang menentukan daya tarik jangka panjang sebuah pasar atau segmen

pasar, yaitu persaingan sejenis di dalam industri, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan dari produk substitusi, daya tawar pemasok, dan daya tawar pembeli.

Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan

Menurut Dessler (2013:378) “kompensasi karyawan adalah segala bentuk bayaran atau penghargaan yang diberikan kepada karyawan dan berasal dari pekerjaan mereka “. Tujuan dari diberinya kompensasi adalah agar karyawan mempunyai semangat dalam melakukan pekerjaannya, karyawan jadi lebih termotivasi untuk bekerja secara efisien dan efektif dibanding sebelumnya.

Proses Operasi

Menurut Jay Heizer dan Barry Render (2014:40) manajemen operasi merupakan serangkaian aktivitas yang menciptakan nilai dalam bentuk barang dan jasa di semua organisasi. Dimana sebuah proses operasi berperan penting dalam berjalannya kegiatan operasional dalam menghasilkan produk maupun jasa.

RENCANA PRODUK/JASA, KEBUTUHAN OPERASIONAL, DAN MANAJEMEN

Rencana Alur Produk/jasa

Dalam hal usaha *Sorry, I'm Latte*, rencana alur produk adalah rangkaian kegiatan untuk menghasilkan produk tersebut. Berikut merupakan alur pembuatan beberapa produk makanan dan minuman yang disajikan oleh *Sorry, I'm Latte*:

1. Shrimp Roll

Dengan bahan baku 8 buah udang segar ukuran medium, batang seledri, timus, mayonnaise, bubuk pedas, garam dan merica, roti, sayur segar untuk salad dan kentang goreng. Proses pembuatannya adalah sebagai berikut :

- Rebus udang segar selama kurang lebih 6 menit di air panas dengan tambahan setengah sendok teh garam
- Tiriskan udang dan kupas hingga kulitnya
- Campur udang yang telah masak dengan potongan timun yang telah diiris tipis, batang seledri yang telah diiris tipis, 3 sendok mayonnaise , garam dan merica, bubuk pedas . Aduk hingga rata .
- Siapkan roti (*hotdog bun*) lalu oleskan mentega di siap sisi sebelum dipanggang .panggang 2 – 3 menit hingga warna roti kecoklatan.
- Masukkan adonan udang yang sudah dicampur ke dalam *hotdog bun* yang sudah dipanggang.
- Sajikan dalam sebuah piring dengan *salad* dan *French fries*.

2. Morning Chicken Waffles

Dengan bahan baku 2 potong paha ayam tanpa tulang, 3 cup tepung terigu, 1 sendok garam, 1 sendok merica, *waffles*, *maples syrup* dan 2 butir telur. Proses pembuatannya adalah sebagai berikut :

- Campur komponen untuk membuat *crispy chicken dalam 1 tempat*.
- Aduk hingga rata
- Goreng dengan minyak panas selama 10 menit
- Sajikan dalam sebuah piring Bersama waffle dan maple syrup sebagai topping

3. Big Breakfast Club

Dengan bahan baku sosis sapi, tomat segar, daging ham sapi, jamur kuping, *garlic bread* dan telur ayam. Proses pembuatannya adalah sebagai berikut :

- siapkan Teflon dan oles mentega / minyak lalu panaskan hingga suhu yang sudah ditentukan
- panggang beberapa komponen *big breakfast club* seperti sosis sapi, irisan tomat, daging ham sapi, jamur kuping dan *garlic bread* sampai cukup matang dengan warna kecoklatan
- buat *scramble egg* atau telur mata sapi sesuai selera
- sajikan dalam sebuah piring

4. Shaken Espresso

Dengan bahan baku 2 *shot espresso*, 2 sendok *heavy cream*, 250 ml susu segar, 30ml *simple syrup* dan es batu. Proses pembuatannya adalah sebagai berikut :

- masukan seluruh komponen kedalam botol *shaker*
- tambahkan es batu

- kocok selama 45 detik
 - sajikan dalam sebuah gelas
5. *SIL Croissant*
dengan bahan baku ragi, air, gula, tepung terigu, garam, susu, minyak sayur, mentega dan telur. Proses pembuatannya adalah sebagai berikut :
- Campur air hangat, gula, garam, dan ragi dalam mangkuk, dan diamkan selama 5 sampai 10 menit, sampai berbusa dan bergelembung.
 - Campur air hangat, gula, garam, dan ragi dalam mangkuk, dan diamkan selama 5 sampai 10 menit, sampai berbusa dan bergelembung.
 - Tempatkan adonan dalam mangkuk bersih yang sudah ditaburi tepung. Tepung akan membuat adonan terlepas dari mangkuk dengan mudah nanti karena tidak lengket ke mangkuk. Tutup mangkuk dengan plastik pembungkus atau serbet. Biarkan adonan mengembang selama satu sampai dua jam. Ketika adonan sudah mengembang dua kali lipat, Anda akan siap untuk langkah
 - setelah selesai membuat adonan. Panggang *croissant* dalam oven sekitar 12 – 15 menit hingga warna coklat keemasan.
6. *Iced Green Tea Latte*
Dengan bahan baku *matcha powder, vanilla powder, brown sugar*, susu segar dan es batu. Proses pembuatannya adalah sebagai berikut :
- Masukkan seluruh komponen kedalam botol *shaker*
 - Tambahkan es batu
 - Kocok selama 45 detik
 - Sajikan dalam sebuah gelas
7. *Variant of Tea*
Dengan bahan baku daun teh, air panas dan gula batu. Proses pembuatannya adalah sebagai berikut :
- Siapkan air panas dalam 1 gelas
 - Celupkan teh sesuai keinginan
 - Teh siap disajikan
8. Es Cendol no.1
Dengan bahan baku cendol, nangka, santal, cincau, es krim vanilla, gula jawa dan pemanis buatan. Proses pembuatannya adalah sebagai berikut :
- siapkan sebuah gelas yang nantinya akan digunakan untuk mencampur seluruh komponen es cendol sesuai dengan takaran yang sudah disediakan
9. *Archipelago Tahu Gimbal*
Dengan bahan baku telur ayam, gimbal udang, kol, lontong. Tauge, sambal kacang , garam dan merica. Proses pembuatannya adalah sebagai berikut :
- Goreng tahu gimbal dan seluruh komponen yang bias digoreng
 - Setelah siap, siram dengan bumbu kacang.
10. *SIL Coffee Latte, Mocha ice Cubes, SIL Cappuccino*
Dengan bahan baku *espresso*, susu segar dan sirup caramel. Proses pembuatannya adalah sebagai berikut :
- Tuang espresso ke dalam gelas kopi
 - Tuang susu yang sudah dipanaskan kedalam gelas beserta dengan sirup caramel
11. Es Kopi Regal
Dengan bahan baku *espresso*, susu segar, dan biscuit Marie Regal. Proses pembuatannya adalah sebagai berikut :
- Tuang biscuit Marie Regal yang sudah dihaluskan kedalam es kopi susu.

Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan

Agar perusahaan dapat tetap menjamin kelangsungan operasi perusahaannya serta dapat mencapai tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan, maka perlu diadakan suatu tindakan yang terarah dalam mengendalikan persediaan yang ada dalam perusahaan, dalam mencapai hasil usaha yang layak yang berkaitan dengan Harga Pokok Produksi, maka diperlukan pengendalian persediaan sehingga dapat menekan biaya produksi yang akan timbul atau terjadi. Secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan dari pengendalian adalah untuk menekan biaya-biaya operasional seminimal mungkin sehingga akan mengoptimalkan

kinerja perusahaan. Untuk melaksanakan pengendalian persediaan yang dapat diandalkan dan dipercaya tersebut maka harus diperhatikan berbagai faktor yang terkait dengan persediaan.

Berikut adalah tahapan pengendalian bahan baku di *Sorry, I'm Latte* :

- Head Chef dan Head Barista melakukan pendataan bahan baku apa saja yang dibutuhkan dengan mempertimbangkan waktu dan jumlah pembelian sesuai dengan daya tahan penyimpanan bahan baku tersebut
- Head Chef dan Head Barista memberikan data kebutuhan bahan baku ke bagian *Kitchen admin* untuk di data dan diproses lebih lanjut
- Setelah *Admin Kitchen* melakukan proses pendataan, selanjutnya *Admin Kitchen* akan membuat *request* pembelian bahan baku sesuai kebutuhan dapur
- *Request* pembelian akan diberikan ke divisi *purchasing* untuk diproses
- Divisi *purchasing* melakukan pembelian sesuai dengan *request* dengan cara pembelian langsung ke supplier atau pembelian secara tidak langsung melalui pemesanan yang nantinya akan dikirim ke tempat tujuan.
- Selanjutnya divisi *purchasing* akan menyerahkan *invoice* ke divisi keuangan yang selanjutnya akan dilakukan pembayaran ke supplier dan pembukuan
- *Receiving admin* akan menerima bahan baku yang telah dipesan yang selanjutnya akan dilakukan pendataan dan penyimpanan di gudang bahan baku.
- Data bahan baku yang sudah ada diberikan kepada *Admin Kitchen*
- *Admin Kitchen* akan melakukan pendataan ulang bahan baku yang sudah dibeli kembali (*restock*) dan memberikan laporan persediaan kepada *Head Kitchen* dan *Head Barista*

Rencana Kebutuhan Teknologi Serta Peralatan Usaha

Di era yang modern ini dibutuhkan teknologi yang canggih untuk memudahkan perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya sehingga terciptanya efisiensi perusahaan. Jika perusahaan tidak dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi maka sudah dapat dipastikan perusahaan akan kesulitan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. Berikut beberapa peralatan usaha yang digunakan *Sorry, I'm Latte* untuk mendukung dan meningkatkan efisiensi perusahaan :

a. Air Conditioner dan Wifi

AC dan *wifi* merupakan dua komponen penting *café* yang harus ada di jaman sekarang ini. *Air conditioner* digunakan untuk menyejukan suhu ruangan agar lebih nyaman digunakan untuk beraktifitas dan *wifi* adalah sarana penunjang bagi para pelanggan untuk melakukan browsing

b. Espresso machine

Espresso machine yang sangat memudahkan proses pembuatan berbagai jenis kopi turunan seperti *cappuccino*, *latte*, *flat white* dan lain-lain. Berikut adalah beberapa kelebihan penggunaan *espresso machine* dibandingkan dengan yang manual seperti hasil *espresso machine* sangat memuaskan karena kecanggihannya alat yang ditawarkan seperti dilengkapi dengan *steamer* dan *froather* yang akan mempersingkat waktu pembuatan kopi daripada cara manual.

c. Oven listrik

Oven listrik sangat memudahkan sebuah *café* untuk membuat menu – menu makanan yang ditawarkan kepada pelanggan seperti berbagai macam produk *pastry* dan produk yang menggunakan cara masak “*baked*”

d. Mesin Kasir

Mesin kasir yang canggih sangat memudahkan sebuah *café* untuk melakukan proses pembayaran dan pendataan keuangan. Mesin kasir yang canggih dapat menampilkan berbagai macam menu yang dijual dan dapat melakukan potongan pembayaran secara otomatis seperti jika ada kembalian untuk pelanggan, adanya discount dan lain lain.

e. Kompor gas

Berbeda dengan cara tradisional yang menggunakan kayu sebagai bahan bakar untuk memasak. Dengan adanya teknologi proses masak menjadi lebih mudah dengan menggunakan kompor gas modern yang dapat mengatur tingkat suhu yang diinginkan yang akan mempengaruhi tingkat kematangan sebuah makanan.

Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

STRATEGI BISNIS

Rencana dan Strategi Pemasaran

Segmentation, Targeting and Positioning

Lewat segmentasi pasar, perusahaan membagi pasar heterogen yang besar menjadi segmen yang lebih kecil agar bisa dijangkau secara lebih efisien dan efektif dengan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing yang unik. Untuk segmentasi geografis SIL berada di Semarang, Jawa Tengah. Khususnya di daerah Gajah Mungkur yang terbilang agak jauh dari pusat kota tetapi dekat dengan pemukiman warga elite dan tempat Pendidikan seperti sekolah dan universitas. Lalu segmentasi geografis SIL memiliki target konsumen dengan kisaran usia 18-45 tahun, dengan tingkat Pendidikan SMA, SMK, dan perguruan tinggi, serta yang berprofesi sebagai karyawan, wirausaha ataupun ibu rumah tangga. Dalam segmentasi psikografis SIL memiliki segmentasi pasar yang dituju adalah masyarakat yang memiliki gaya hidup modern yang terbiasa makan dan beraktifitas di café.

Sorry, I'm Latte Café menargetkan konsumen pria dan wanita yang berdomisili di Semarang dengan kisaran usia 18-45 tahun dengan tingkat Pendidikan SMA, SMK, dan perguruan tinggi, serta yang berprofesi sebagai karyawan, wirausaha, ataupun ibu rumah tangga dan termasuk kelas menengah atas dengan gaya hidup yang modern sehingga memiliki hobi untuk sekedar ngopi dan berkumpul Bersama rekan kerja.

Sorry, I'm Latte memposisikan *brand*-nya sebagai *café* yang menjual produk kopi dengan berbagai macam olahan dan ingin memposisikan *brand*-nya sebagai *sandwich House* karena produk unggulan *SIL* adalah berbagai macam olahan *sandwich* dengan berbagai macam olahan seperti *Shrimp Rolls*, *Croissant* dan berbagai macam olahan kopi unik seperti es kopi regal, *Café Latte*, *Cappuccinno* dan berbagai macam olahan produk lainnya.

Promotion

1. Media social

Media sosial merupakan salah satu strategi utama promosi dari *SIL* ini dikarenakan perkembangan jaman yang semakin canggih dimana hampir seluruh masyarakat menggunakan media sosial hanya untuk sekedar bersantai mengisi waktu luang, mencari informasi, berkomunikasi dengan teman maupun untuk sarana penjualan produk secara online. Sehingga dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Line, Whatsapp penulis dapat memastikan promosi yang disampaikan oleh *SIL* dapat sampai ke konsumen secara efektif dan efisien dibandingkan dengan promosi secara *offline* seperti melakukan penyebaran brosur.

2. *Monthly Promotion*

SIL akan melakukan promosi baru setiap bulan untuk memberikan rangsangan kepada konsumen terutama di bulan awal *café* ini berdiri karena promosi harus sangat gencar dilakukan di awal untuk meningkatkan *brand awareness* dari produk perusahaan.

3. Melakukan *Endorse* selebgram / foodblogger

Di jaman yang modern ini banyak sekali masyarakat yang menyalurkan kegemarannya lewat media sosial seperti melakukan ulasan mengenai kegemarannya seperti makanan, kosmetik ataupun aktivitas harian. Dan mereka pada umumnya merupakan publik figur yang memiliki banyak *followers* di Instagram mereka. Oleh karena itu dengan melakukan *endorse*, diharapkan mereka dapat melakukan review dari produk *SIL* di media sosial mereka untuk mempromosikan *SIL*.

4. Mengadakan Event *Barista Masterclass*

Dalam event ini perusahaan akan mengadakan event tentang bagaimana cara membuat kopi yang baik dari segi pembuatan, pemilihan biji kopi yang berkualitas hingga cara penyajian. Event ini boleh diikuti oleh siapa saja yang tertarik tentang dunia kopi. Dengan strategi ini diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* perusahaan sebagai tuan rumah pembuat acara.

Rencana Organisasi

Sorry, I'm Latte adalah perusahaan perorangan yang memperkerjakan karyawan sebanyak 17 orang. Pertimbangan jumlah karyawan sudah direncanakan dan dirancang oleh pemilik secara baik tanpa mengurangi efisiensi perusahaan dalam biaya tenaga kerja. Untuk operasional awal dibukanya perusahaan, ada kemungkinan diberlakukan tanggung jawab ganda di setiap divisi jika itu diperlukan sampai pada titik stabil dimana perusahaan sudah bisa menentukan secara tepat berapa kebutuhan tenaga kerja yang sesuai.

Sorry, I'm Latte merupakan perusahaan baru sehingga akan menggunakan *simple structure* atau struktur sederhana.

Untuk gaji karyawan seperti barista, juru masak, *waiter*, kasir, dan staff dapur *Sorry, I'm Latte* mendapatkan gaji sesuai perkiraan ketentuan upah minimum Provinsi Jawa Tengah, sesuai ketentuan penetapan upah minimum 2019 merupakan hasil dari penambahan upah minimum 2018 dikalikan tingkat inflasi plus pertumbuhan ekonomi nasional, sesuai dengan Pasal 44 Ayat 1 dan Ayat 2 PP Nomor 78 Tahun 2015. UMP Provinsi Jawa Tengah sebesar Rp 1.605.396 sedangkan untuk UMK Kota Semarang sebesar Rp 2.498.587

Melalui formula baru diperhitungkan kenaikan UMP setiap tahunnya yang ditetapkan oleh pemerintah tersebut membuat kenaikan UMP setiap tahunnya lebih masuk akal dan dapat lebih mudah diprediksikan. Formula kenaikan gaji berdasar inflasi + laju pertumbuhan ekonomi nasional akan membuat kenaikan UMP atau gaji karyawan secara umum akan berkisar pada angka 10% setiap tahunnya.

Untuk kompensasi seperti tunjangan hari raya akan didapatkan oleh karyawan yang telah bekerja selama 6 bulan atau lebih sebesar 1 bulan gaji karyawan tersebut dengan alasan untuk melihat kinerja karyawan yang harus konsisten sebelum bias dikatakan sebagai karyawan tetap.

Keuangan

Sumber penggunaan dana : Dalam pendirian usaha *Sorry, I'm Latte* menggunakan modal sendiri yang berasal dari hibah orang tua seperti yang telah dijelaskan pada Bab I. Kebutuhan dana yang dibutuhkan *Sorry, I'm Latte* ialah sebesar Rp 2.419.436.943,- untuk memulai usaha café ini.

Analisis Kelayakan Usaha : Berbagai macam analisis keuangan yang telah dilakukan dapat bermanfaat untuk menentukan apakah usaha café ini layak untuk dijalankan. Analisis keuangan yang dilakukan yaitu nilai *Break Even Point*, *Net Present Value* (NPV), dan *Payback Period* (PP). Hasilnya diperoleh bahwa pada BEP nilai *Sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Hasilnya diperoleh BEP nilai *sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan, untuk NPV sebesar Rp 3.156.938.438,-. Untuk PI sendiri diperoleh nilai sebesar 1,304 lebih besar dari 1, sedangkan untuk *Payback Period* diperoleh 1 tahun 6 bulan 1 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah bisnis *Sorry, I'm Latte Café* ini layak untuk dijalankan

Pengendalian Resiko

Berikut adalah pengendalian resiko yang akan dilakukan oleh *Sorry, I'm Latte Café* :

1. Dalam mengatasi risiko brand yang masih belum terkenal, *Sorry I'm Latte* akan kembali ke strategi pemasaran yang sudah ditetapkan di bab sebelumnya seperti melakukan kegiatan promosi melalui media sosial, melakukan *endorse* ke selebgram, dan menciptakan *monthly special promo* dan event menarik.
2. Dalam mengatasi risiko perekrutan tenaga kerja, *Sorry I'm Latte* akan menggunakan jasa *HR consultant* untuk membantu kinerja *HR Sorry, I'm Latte* sendiri mengenai bagaimana proses perekrutan tenaga kerja yang baik agar dapat menemukan tenaga kerja yang sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan perusahaan dengan melihat karakter dan performa kerja dari masing – masing calon tenaga kerja tersebut. Lalu untuk pengendalian tenaga kerja, perusahaan akan membuat SOP yang baik dan mencakup seluruh kebutuhan, hak dan kewajiban setiap tenaga kerja pada divisinya masing- masing sehingga pengendalian lebih mudah jika adanya peraturan yang harus ditaati.
3. Dalam mengatasi risiko kualitas dan konsistensi produk. *Sorry I'm Latte* akan memperkerjakan *team kitchen* yang memenuhi kualifikasi perusahaan dengan *Head Chef* dan *Head Bar* sebagai roda penggerak di bagian makanan dan minuman yang nantinya akan berkontribusi dalam inovasi dan pengembangan produk.
4. Dalam mengatasi risiko dengan pemasok harus dilakukan kejelasan dan kepastian mengenai kerja sama tersebut sehingga nantinya sudah ada konsekuensi yang dibebankan apabila terjadi kesalahan

- pada kedua belah pihak seperti keterlambatan dari pemasok maupun keterlambatan pembayaran dari perusahaan. Dengan peraturan yang mengikat ini diharapkan dapat meningkatkan ketertiban kerja sama dengan pemasok.
5. Dalam mengatasi risiko munculnya pesaing baru sejenis adalah hanya dengan satu cara yaitu konsistensi. Banyak sekali contoh di pasaran pesaing baru yang memiliki inovasi yang melampaui batas tetapi tidak konsisten pada kualitas produknya sehingga perusahaan tidak dapat bertahan lama. Dengan konsistensi dan kualitas pelayanan yang baik, sudah cukup bagi *Sorry, I'm Latte* untuk siap bersaing dengan pesaing baru nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- B, Mesra (2016), *Penerapan Ilmu Matematika dalam Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Ke-1. Indonesia:Deepublish
- David, Fred R. (2013), *Strategic Management*, Edisi Ke-14, Global Edition, United States: Pearson Education.
- Dessler, Gary (2013), *Human Resources Management*, Edisi Ke-13, Global Edition, United States: Pearson Education.
- Ebert, Ronald J., Ricky W, Griffin (2015), *Business Essentials*, Edisi 10, Global Edition, Pearson Education.
- Gitman, Lawrence J., Zutter, Chad J. (2015), *Principle of Managerial Finance*, Edisi Ke-14, Global Edition, United States: Pearson Education
- Heizer, J., Render B. (2016), *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*, Edisi Ke-12, Global Edition, United States: Pearson Education
- Ismainar, Hetty (2015), *Manajemen Unit Kerja*, Edisi Ke-1, Edisi Nasional, Indonesia: Deepublish
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2012), *Principles Of Marketing*, Edisi 14, Global Edition, New Jersey: Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2014), *Principles of Marketing*, Edisi Ke-15, Global Edition, United States: Pearson Education
- Kotler, Philip dan Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi Ke-15e, Global Edition, United States: Pearson Education.
- Robbins, Stephen P. (2015), *Organizational Behaviour*, Edisi Ke-7, Global Edition, United States: Pearson Education

Undang – Undang :

Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*, Bab I pasal 1 ayat 30. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia 2008. *Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)* Bab I pasal 1. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia 2008. *Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)* Bab IV pasal 6. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia 2004. *Undang-Undang No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional*. Sekretariat Negara. Jakarta.

Sumber Internet :

Tingkat konsumsi Masyarakat Indonesia, diakses November 2018
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-indonesia>

Tingkat suku bunga kredit investasi pada kuartal 3, diakses November 2018
<https://keuangan.kontan.co.id/news/survei-bi-suku-bunga-kredit-investasi-naik-paling-tinggi-di-kuartal-iii-2018>

Referensi peralatan untuk café, diakses Januari 2019
<https://www.nadipos.com/blog/peralatan-cafe/>

Desain layout café, diakses Januari 2019
<https://id.pinterest.com/heidelia/heidi-s-style-pinboard/?lp=true>