

RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA
“KyoYu Tea”
DI KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Oleh:

Nama: Dylan Joshua Wijaya

NIM: 75200287

RENCANA BISNIS

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis
Konsentrasi Bisnis Digital



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA
Maret 2025

PENGESAHAN

**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA
“KYOYU TEA”
DI KELAPA GADING, JAKARTA UTARA**

Diajukan Oleh:

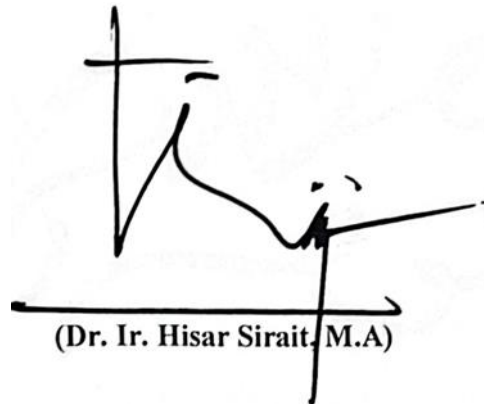
Nama : Dylan Joshua Wijaya

NIM : 75200287

Jakarta, 7 Maret 2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Dr. Ir. Hisar Sirait, M.A)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2025

ABSTRAK

Dylan Joshua Wijaya / 75200287 / 2025 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Café “KyoYu Tea” di Kelapa Gading, Jakarta Utara / Pembimbing Dr. Ir. Hisar Sirait, M.A.

KyoYu Tea adalah usaha yang bergerak di bidang penjualan minuman berbahan dasar teh dan camilan khas Jepang. KyoYu Tea bertujuan untuk menjadi kafe yang tidak hanya menawarkan kualitas minuman teh terbaik, tetapi juga memberikan pengalaman unik dengan cita rasa Jepang melalui camilan-camilan khususnya. Visi KyoYu Tea adalah "*Menghadirkan produk minuman yang menekankan pada rasa kebersamaan dan saling berbagi.*"

KyoYu Tea berfokus pada penjualan minuman teh berkualitas, bukan hanya itu saja KyoYu Tea juga menawarkan pengalaman kuliner yang memadukan cita rasa modern dan tradisional dengan harga yang terjangkau.

Industri minuman teh dan kafe terus berkembang, dan KyoYu Tea memanfaatkan tren ini dengan memfokuskan diri pada pasar yang menyukai teh dan kuliner Jepang. Meskipun KyoYu Tea adalah usaha baru, usaha ini memiliki keunggulan dengan menawarkan kualitas produk yang terjamin, harga yang bersaing, dan pelayanan yang personal. Kami mengutamakan kenyamanan pelanggan serta kualitas produk yang terus dioptimalkan.

Sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam menjalankan usaha KyoYu Tea. Pada tahun pertama, KyoYu Tea akan mempekerjakan tujuh orang, yaitu satu manajer, serta dua barista, dua baker, satu pramusaji, dan satu kasir. Semua tenaga kerja yang dipilih memiliki pengalaman di industri makanan dan minuman, serta kemampuan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan.

KyoYu Tea mengimplementasikan strategi pemasaran yang melibatkan penggunaan media sosial, penjualan langsung, promosi melalui iklan berbayar, serta strategi *word of mouth* untuk meningkatkan visibilitas dan menarik minat pelanggan. Dengan lokasi yang strategis di Sedayu City, Jakarta Timur, KyoYu Tea berencana untuk memaksimalkan peluang pasar yang ada.

Hasil analisis keuangan KyoYu Tea menunjukkan nilai *Break Even Point* (BEP) pada tahun 2026 sebesar Rp 757.196.019, sementara penjualan mencapai Rp 825.911.000, yang berarti bisnis ini sudah dapat memperoleh laba. Nilai *Net Present Value* (NPV) mencatat sebesar Rp 303.715.541, menunjukkan prospek bisnis yang positif. *Payback period* (PP) menunjukkan bahwa investasi awal dapat dikembalikan dalam waktu 3 tahun, 10 bulan, 2 hari, lebih cepat dari batas maksimal 5 tahun. *Profitability index* (PI) sebesar 2,509, mengindikasikan bahwa bisnis ini menguntungkan dan layak untuk dijalankan.

Dengan demikian, hasil analisis kelayakan menunjukkan bahwa KyoYu Tea layak untuk dijalankan dan memiliki prospek yang menjanjikan.

Kata Kunci: KyoYu Tea, Rencana Pendirian Usaha Café

ABSTRACT

Dylan Joshua Wijaya / 75200287 / 2025 / Business Plan for the Establishment of "KyoYu Tea" Café in Kelapa Gading, North Jakarta / Advisor: Dr. Ir. Hisar Sirait, M.A.

KyoYu Tea is a business engaged in selling tea-based beverages and traditional Japanese snacks. KyoYu Tea aims to become a café that not only offers the best quality tea beverages but also provides a unique experience with authentic Japanese flavors through its signature snacks. The vision of KyoYu Tea is "Bringing beverages that emphasize togetherness and sharing."

KyoYu Tea focuses on selling high-quality tea-based beverages. In addition, KyoYu Tea offers a culinary experience that blends modern and traditional flavors at an affordable price.

The tea and café industry continue to grow, and KyoYu Tea leverages this trend by targeting consumers who enjoy tea and Japanese cuisine. Although KyoYu Tea is a new business, it has competitive advantages by offering guaranteed product quality, competitive prices, and personalized service. We prioritize customer comfort and continuously optimize product quality.

Human resources play a crucial role in running KyoYu Tea. In the first year, KyoYu Tea will employ seven staff members, including one manager, two baristas, two bakers, one waiter, and one cashier. All selected employees have experience in the food and beverage industry and possess excellent customer service skills.

KyoYu Tea implements a marketing strategy that involves social media utilization, direct sales, paid advertisements, and word-of-mouth strategies to enhance visibility and attract customers. With a strategic location in Sedayu City, East Jakarta, KyoYu Tea plans to maximize existing market opportunities.

The financial analysis results indicate that KyoYu Tea's Break Even Point (BEP) in 2026 is Rp 757,196,019, while sales reach Rp 825,991,000, meaning the business is already profitable. The Net Present Value (NPV) is recorded at Rp 303,715,541, demonstrating a positive business outlook. The Payback Period (PP) shows that the initial investment can be recovered within 3 years, 10 month, and 2 days, which is faster than the maximum limit of 5 years. The Profitability Index (PI) of 2.509 indicates that this business is profitable and feasible to run.

Thus, the feasibility analysis results show that KyoYu Tea is viable and has promising prospects.

Keywords: *KyoYu Tea, Business Establishment Plan, Café*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa, yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulisan rencana bisnis “Kyo Yu Tea” dapat diselesaikan untuk melengkapi tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam penyusunan rencana bisnis ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan, baik dalam bentuk dorongan semangat, pengarahan, bimbingan, maupun masukan yang sangat berharga. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, khususnya kepada:

1. Dr. Ir. Hisar Sirait, M.A. selaku dosen pembimbing rencana bisnis yang telah memberikan arahan, masukan, dan semangat yang luar biasa.
2. Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si. selaku ketua program studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan arahan dan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan mentorship.
3. Segenap dosen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberi pembelajaran, pengetahuan, dan dukungan sepanjang masa studi.
4. Teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam setiap langkah saya.
5. Staf perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan dukungan sangat berharga dengan menyediakan sumber pengetahuan dan referensi yang lengkap.

6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun kontribusinya sangat berharga dalam penyusunan rencana bisnis ini.

Penulis menyadari bahwa rencana bisnis ini masih belum sempurna dan memiliki berbagai kekurangan. Namun, penulis berharap perencanaan bisnis ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya. Terima kasih atas perhatian dan dukungannya.

Jakarta, Maret 2025

Penulis,

Dylan Joshua Wijaya

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
LAMPIRAN	xii
BAB IPENDAHULUAN	1
A. Ide Bisnis	1
B. Gambaran Usaha	2
C. Besarnya peluang bisnis	4
D. Kebutuhan dana.....	6
BAB II Latar Belakang Perusahaan	8
A. Data Perusahaan	8
B. Biodata Pemilik Usaha	8
C. Jenis dan Ukuran Usaha.....	9
BAB III ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING.....	10
A. Trend dan Pertumbuhan Industri.....	10
C. Analisis Pesaing	11
D. Analisis PESTEL	13
E. Analisis Pesaing: Lima Kekuatan Pesaing Model Porter (Porter Five Forces Business Model)	17
F. Analisis Faktor-Faktor Kunci Sukses (Competitive Profile Matrix/CPM).....	23
G. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)	31
BAB IV ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN	38
A. Produk Yang Dihasilkan	38
D. Logo Usaha	41
C. Gambaran Pasar	42
D. Target pasar yang ditujui	48
D. Strategi Pemasaran	49
E. Strategi Promosi	54
BAB V RENCANA PRODUKSI DAN KEBUTUHAN OPERASIONAL.....	57
A. Proses Operasi.....	57
B. Nama Pemasok.....	66

C.	Deskripsi Rencana Operasi	67
C.	Rencana Alur Produk	77
D.	Rencana Alur Pembelian Bahan Baku.....	79
E.	Rencana Kebutuhan Peralatan Usaha	84
F.	Lay Out Bangunan Tempat Usaha	86
BAB	VIRENCANA ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA	90
A.	Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja	90
B.	Proses Rekrutmen dan Seleksi Karyawan.....	91
C.	Uraian Kerja (Job Description)	95
D.	Struktur Organisasi Perusahaan	100
E.	Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan.....	101
BAB	VIIRENCANA KEUANGAN	106
A.	Sumber dan Penggunaan Dana.....	106
B.	Biaya Pemasaran Tahunan.....	107
C.	Biaya Administrasi dan Umum.....	109
D.	Biaya Tenaga Kerja	110
E.	Biaya Penyusutan Peralatan.....	112
F.	Biaya Pemeliharaan.....	114
G.	Biaya Sewa Gedung/Bangunan.....	115
H.	Biaya Utilitas	116
I.	Biaya Peralatan dan Perlengkapan	119
J.	Biaya Bahan Baku	125
K.	Proyeksi Keuangan.....	127
L.	Analisis Kelayakan Investasi	130
M.	Analisis Kelayakan Usaha, Menggunakan Analisis <i>Break Even Point</i>	133
BAB	VIIIANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA.....	135
A.	Dampak Terhadap Masyarakat Sekitar.....	135
B.	Dampak Terhadap Lingkungan.....	137
C.	Analisis Risiko Usaha.....	139
D.	Antisipasi Risiko Usaha.....	140
BAB	IXRINGKASAN EKSEKUTIF/REKOMENDASI	142
A.	Ringkasanan Kegiatan Usaha.....	142
DAFTAR	PUSTAKA	151
SUMBER	INTERNET.....	152
LAMPIRAN	154

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tujuan KyoYu Tea	3
Tabel 1.2 Kebutuhan dana KyoYu Tea	6
Tabel 3.1 Analisa Pesaing Terhadap Keunggulan dan Kelemahan	10
Tabel 3.2 <i>Competitive Profile Matrix (CPM)</i>	26
Tabel 3.3 SWOT	35
Tabel 4.1 Produk Minuman	39
Tabel 4.2 Produk Makanan	40
Tabel 4.3 Ramalan Penjualan Produk KyoYu Tea satu bulan pertama (dalam unit)	42
Tabel 4.4 Ramalan Penjualan Pesaing (Matcha Bae)	43
Tabel 4.5 Ramalan Penjualan Produk KyoYu Tea tahun 2026	44
Tabel 4.6 Ramalan Penjualan Produk KyoYu Tea di tahun 2026-2030	45
Tabel 4.7 Anggaran Penjualan Produk Minuman KyoYu Tahun 2026 - 2028	46
Tabel 4.8 Anggaran Penjualan Produk Makan KyoYu Tea Tahun 2029-2030	47
Tabel 5.1 Tabel nama Pemasok	66
Tabel 5.2 Rencana Operasi KyoYu Tea	67
Tabel 5.3 Daftar Peralatan	85
Tabel 6.1 Daftar kebutuhan Tenaga Kerja	90
Table 6.2 Biaya Gaji	102
Table 6.3 Biaya Gaji dan THR Karyawan Tahun 2026 (Rupiah)	103
Table 6.4 Biaya Gaji dan THR Karyawan Tahun 2027-2030 (Rupiah)	105
Tabel 7.1 Kebutuhan Modal	106
Tabel 7.2 Biaya Pemasaran KyoYu Tea Tahun 2025 (Dalam Rupiah)	106
Tabel 7.3 Biaya Pemasaran KyoYu Tea Tahun 2025-2029 (Dalam Rupiah)	1068
Tabel 7.4 Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2025-2029	109
Tabel 7.5 Biaya Tenaga Kerja Tahun 2026-2030 (Rupiah)	111
Tabel 7.6 Biaya Penyusutan Peralatan KyoYu Tea (Dalam Rupiah)	113
Tabel 7.7 Perlengkapan yang mengalami penyusutan (Dalam Rupiah)	114
Tabel 7.8 Biaya Pemeliharaan KyoYu Tea Tahun 2026-2030 (Dalam Rupiah)	115
Tabel 7.9 Biaya Sewa KyoYu Tea Tahun 2026-2030 (Dalam Rupiah)	115
Tabel 7.10 Rincian Biaya Utilitas Listrik (Dalam Rupiah)	116
Tabel 7.11 Rincian Biaya Utilitas Listrik 2026-2030 (Dalam Rupiah)	117
Tabel 7.12 Rincian Biaya Utilitas Air (Dalam Rupiah)	117

Tabel 7.13Rincian Biaya Utilitas Gas(Dalam Rupiah)	118
Tabel 7.14Biaya Utilitas Internet Tahun 2026 – 2030 (Dalam Rupiah)	119
Tabel 7.15Biaya Peralatan(Dalam Rupiah)	120
Tabel 7.16Penambahan Peralatan Tahun 2027-2030 (Dalam Rupiah)	121
Tabel 7.17Biaya Perlengkapan Tahun 2026 (Dalam Rupiah)	123
Tabel 7.18Biaya Perlengkapan Tahun 2026 – 2030 (Dalam Rupiah).....	124
Tabel 7.19Rincian Biaya Bahan KyoYu Tea Tahun 2026	125
Tabel 7.20Rincian Biaya Bahan KyoYu Tea Tahun 2026-2030	126
Tabel 7.21Proyeksi Laporan Laba Rugi(Dalam Rupiah)	128
Tabel 7.22Proyeksi Laporan Arus Kas(Dalam Rupiah).....	129
Tabel 7.23Proyeksi Neraca(Dalam Rupiah).....	130
Tabel 7.24Payback Period KyoYu Tea(Dalam Rupiah)	131
Tabel 7.25 <i>Net Present Value</i> KyoYu Tea(Dalam Rupiah)	132
Tabel 7.26Analisis <i>Break Even Point</i> KyoYu Tea (Dalam Rupiah).....	134
Tabel 9.1Analisis Pesaing KyoYu Tea	145
Tabel 9.2Rekomendasi Visibilitas Usaha.....	150

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Trend Teahouse di Indonesia.....	5
Gambar 1.2 Nilai Pasar Minuman Teh di indonesia	5
Gambar 3.0Perkembangan Teh di Indonesia.....	10
Gambar 3.3Porter’s Five Forces framework	19
Gambar 4.1Logo usaha KyoYu Tea	41
Gambar 4.2Saluran Distribusi KyoYu Tea	52
Gambar 4.3Instagram KyoYu Tea.....	55
Gambar 5.1 Alur Proses Operasi (Produksi) KyoYu Tea	57
Gambar 5.2Rencana Alur Pemesanan Produk KyoYu Tea	78
Gambar 5.3 Rencana Alur Pembelian Bahan Baku	84
Gambar 5.4Lay Out Café KyoYu Tea Lantai 1	86
Gambar 5.5Lay Out Café KyoYu Tea Lantai 2.....	88
Gambar 5.6Lay Out Café KyoYu TeaRefrensi interior	89

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner CPM KyoYu Tea	154
Lampiran 2: Ramalan dan anggaran penjualan.....	158
Lampiran 3: Kompensasi Balas Jasa.....	159
Lampiran 4 Perlengkapan.....	160
Lampiran 5 Bahan baku	162
Lampiran 6 Turnitin.....	165