CONFIDENTIAL

BERSAMA KOPI

Coffee Cart

Business Plan

Prepared 8/05/2020

**Contact Information**

Harvine  
harvinkhong123@gmail.com  
08xx-xxxx-xxxx  
www.Food4Life.id  
Jl. Medan No.88 F  
Medan, 20241, Indonesia

**Visi**

**“Become the first and the biggest coffee cart startup in Indonesia that offers premium yet affordable price along with technology and good services.”**

**Misi**

**“Become a leading coffee cart startup that improve local economy in Indonesia by fulfilling the needs of underserved customers.”**

**Income Statement / Benefit Analysis**

**Net Profit (or Loss)**

Profit and Loss dikategorikan berdasarkan stage yang dilalui, yaitu Test water, Stage 1, Year 1, Year 2, Year 3 – Year 5. Berikut adalah data Profit and Loss disajikan melalui grafik.

Test Water : 3 carts (1 bulan)

Target Revenue = Rp. 10,000,000 + Product Market Fit

Stage 1 : 20 carts (6 bulan)

Target Revenue = Rp. 10,900,000

Year 1

Target revenue per cart = Rp. 13,400,000

By Years

**Return of Investment**

1 cart revenue = Rp. 13,400,000

Breakdown :

* Rp. 5,000,000 (akumulasi dana untuk cart baru)
* Rp. 6,400,000 untuk *Cost of Goods Sold*
* Rp. 2,000,000 untuk gaji karyawan

Maka : Rp. 5,000,000 / cart x 12 bulan = Rp. 60,000,000 (1 cart)

**Analysis Competition & Risk**

Analisis kompetitor dan resiko menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Competitors | Strength | Weakness | Opportunity | Threat |
| Cart individu | 1. UMKM 2. Menjual kopi murah | 1. Duplikasi lambat 2. Menjual kopi murah tetapi tidak berkualitas premium 3. Tidak menggunakan teknologi | 1. Bersama Kopi memanfaatkan teknologi 2. Duplikasi cepat 3. Menjual kopi berkualitas premium 4. Menjadi Startup Coffee Cart pertama | Masyarakat sekitar lebih terbiasa dengan cart yang sudah ada |
| Kopi Kenangan | 1. Merupakan *startup* 2. Duplikasi cepat 3. Sudah dikenal masyarakat luas 4. Memiliki lebih dari 300 outlet diseluruh Indonesia dalam 3 tahun 5. Target pasar : *Medium-low customers* | 1. Tidak mendukung ekonomi lokal 2. *Upselling items* sedikit 3. Outlet tidak bergerak | 1. Bersama Kopi mendukung ekonomi lokal 2. Duplikasi banyak 3. Banyak *upselling items* 4. Target cart : 30,000 cart dalam 3 tahun 5. Outlet dapat bergerak 6. Target pasar : *low-income and underserved customers* | 1. *Comparative branding* 2. Kopi Kenangan memulai bisnis *coffee cart* |

Solusi yang dimiliki oleh Bersama Kopi untuk mengantisipasi ancaman yang akan terjadi adalah :

1. Menyediakan *Customer Acquisition Cost* melalui tahap *test water* agar mengetahui pola prilaku *customer* untuk mendapatkan *Product-Market Fit* sehingga Bersama Kopi dapat menyesuaikan diri dengan keadaan masyarakat sekitar agar produk dapat diterima dengan baik.
2. Memberikan WiFi selama 30 menit untuk setiap transaksi yang dilakukan.
3. Memperkuat *branding* dalam waktu cepat agar kompetitor sulit untuk mengejar.

**Growth Plan & Forecast**

*Growth plan* Bersama Kopi dipaparkan berdasarkan stage yang dilalui dan diproyeksikan kedalam tabel berikut ini.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Stage | Carts | Growth |
| Test water | 3 carts |  |
| Stage 1 (6 bulan) | 20 carts | 50% |
| End of Stage 1 | 30 carts |
|  | | |
| Year 1 | 30 + 1000 carts (invest) = 1.030 carts | 100% |
| End of Year 1 | 2060 carts |
|  | | |
| Year 2 | 2060 + 3000 carts (invest) = 5060 carts | 100% |
| End of Year 2 | 10,120 carts |
|  | | |
| Year 3 | 10,120 + 5000 carts (invest) = 15,120 carts | 100% |
| End of Year 3 | 30,240 carts |
|  | | |
| Year 4 | 30,240 | 100% |
| End of Year 4 | 60,480 |
|  | | |
| Year 5 | 60.480 | 100% |
| End of Year 5 | 120.960 |

Pada tahun ke 4 dan ke 5, tidak terjadi investasi pada cart dan hanya menunggu pertumbuhan.

**Market Research**

**Customer Segmentation**

Segmentasi customer Bersama Kopi yaitu :

1. *Low-income* *customer*
2. *Underserved customer*

Insert images

**Location Segmentation**

Segmentasi lokasi Bersama Kopi terbagi menjadi 2 tahap, yaitu

1. Public crowd area (*early stage*)
2. Pedesaan

Insert images

**Marketing & Distribution Plan**

Distribusi / cara pemasaran Bersama Kopi :

1. Tersebar diseluruh *public crowd area*dan pedesaan
2. Menjual kopi premium di kisaran harga Rp. 5000 – Rp. 10,000
3. Menjual upselling items lainnya
4. Menyediakan WiFi
5. Merencanakan *Customer Lifetime Value*(opsional)
6. *Outlet*bergerak sehingga memudahkan untuk mencari pasar
7. Satu-satunya startup yang membantu ekonomi lokal sehingga mudah untuk dikenal

**Product Prices**

**Investment**

Jumlah investasi yang dibutuhkan Bersama Kopi dapat dilihat pada tabel berikut.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Stage | Carts | Invest |
| Test water (1 bulan) | 3 cart | Rp.150,000,000 |
|  |  |  |
| Stage 1 (6 bulan) | 20 carts | Rp. 1,000,000,000 |
|  |  |  |
| Year 1 | 1000 carts | Rp. 50,000,000,000 |
|  |  |  |
| Year 2 | 3000 carts | Rp. 150,000,000,000 |
|  |  |  |
| Year 3 | 5000 carts | Rp. 250,000,000,000 |

**Operational Aspect**

**Sumber Daya Manusia**

Sumber daya manusia yang menjalankan operasional Bersama Kopi yaitu ibu rumah tangga yang berusia 40 tahun keatas dan tidak memiliki pekerjaan.

Jam operasional : 7AM – 5PM

**Warehouse**

*Warehouse* Bersama Kopi pada tahap awal sementara akan ditempatkan di Cemara Asri. Apabila telah memasuki stage lanjutan (1000 cart +), maka Bersama Kopi akan menyewa jasa pergudangan professional.

**Logistik**

Pada saat awal jam operasional, logistik akan mulai bergerak mengantar *item* jualan untuk masing-masing *cart.* Logistik menggunakan sistem *compartment,* yaitu sistem bongkar pasang per *part*. Sistem bongkar pasang ini lebih memudahkan dalam pengisian ulang stok *item* yang telah habis terjual. Di akhir jam operasional, maka pihak logistik akan kembali menjemput *part* yang telah kosong / yang masih tersisa *item* jualannya sehingga *cart* yang dibawa oleh penjual adalah *cart* kosong.

**Teknologi**

Teknologi yang digunakan Bersama Kopi adalah aplikasi *mobile android* untuk *customer* dan penjual. Penjual menggunakan aplikasi *Point of Sales* (POS) OMNEY untuk melakukan transaksi dan rekap penjualan. Sementara, *customer* menggunakan aplikasi Bersama Kopi untuk melakukan pemesanan kopi.

Hasil rekap penjualan akan ditampilkan pada *website admin.* Rekap penjualan berupa penjualan per cart, penjualan harian, mingguan, bulanan, dan tahunan. Serta dapat melihat *item* apa yang paling sering terjual. *Website admin* juga dapat memonitoring aktivitas *customer*.