# Implementasi Majamen Operasional Pada Industri Manufaktur

# (Thrift Shop dan Café)

# Mu’min Hermawan 201100032

# NPM : 201100032

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yasa Anggana

**Abstrak :** Perkembangan dunia sosial dan juga trend yang maju pesat di Indonesia membuat masyarakat merubah gaya hidup nya. Hal ini dapat dilihat dari berkembang nya tempat untuk ngopi yang dahulu nya hanya bermodal tempat duduk atau menggunakan angin alam sekarang berkembang menjadi sebuah tempat yang ber AC memiliki WiFi dan harga minuman yang dari dulu hanya sebatas Rp 3,000 – Rp 5,000 menjadi Rp 15,000 – Rp 30,000 per cup nya. Selain dengan berkembang nya tempat santai atau tempat ngopi berkembang juga dalam hal pakaian, sebagai contoh pada zaman dulu pakaian masih tertutup atau masih tradisional kalau zaman sekarang lebih modern dan kurang bahan maksudnya terlalu terbuka.Pakaian tersebut dijual melalui online shop,mall,supermarket dan juga thrift shop.Di era sekarang masyarakat lebih mencari barang yang berkualitas tetapi harga nya murah oleh sebab itu dengan membuka bisnis seperti thrift shop sangat menghasilkan uang yang cukup besar.

# Pendahuluan

Membuka usaha atau bisnis adalah sesuatu yang sangat menjanjikan untuk perkembangan ekonomi apalagi di masa globalisasi yang begitu cepat. Bisnis Cafe di Indonesia saat ini khususnya dikota-kota besar semakin berkembang dengan pesat, banyak bermunculan para pengusaha-pengusaha kecil hingga besar yang rela menginvestasikan uang nya untuk membuka cafe.Banyak nya orang yang membuka usaha café ini dikarenakan karena perijinan membuat usaha yang begitu mudah di Indonesia lebih tepat nya di Jakarta.

Menurut Damamik (2016) industri cafe merupakan salah satu jenis usaha yang cepat menyebar seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang berkembang pesat. Cafe yaitu suatu tempat yang identik dengan meja-meja dan kursi yang tertata rapi dan juga sofa yang nyaman, menjual aneka varian kopi dan makanan kecil sebagai penunjang disertai alunan musik dan suasana nyaman yang dapat dirasakan oleh konsumen (Poniman, 2018).

Bisnis atau usaha café ini dapat di jalankan oleh para muda/mudi bahkan orang tua sekalipun, dan membuka café tersebut membutuhkan modal yang cukup banyak.Cafe dikatagorikan kedalam restoran yang informal dan biasanya buka sampai larut malam bahkan ada yang 24 jam dan sering kita temukan di tengah kota atau ditempat yang padat penduduk. Berkembang nya bisnis café ini membuat banyak nya café baru bermunculan yang mengakibatkan tinggi nya persaingan.

Oleh sebab itu saya sebagai owner nanti nya akan menyusun strategi untuk menyaingi para pesaing mulai dari mengadakan promo,iklan bahkan minuman/makanan yang menarik pengunjung . Ketika konsumen menganggap suatu café tidak memuaskan, maka cafe tersebut akan sangat mudah untuk ditinggalkan. Kebalikan nya jika konsumen mengganggap café ini menarik,makan/minuman nya enak konsumen akan terus datang bahkan mengajak keluarga/teman untuk berkunjung kembali bahkan terkenal di media sosial.

Konsumen tidak hanya mencari makanan/minuman ketika mengunjungi café, tetapi juga menginginkan pengalaman berbeda. Sehingga pelaku bisnis harus mampu memberikan pengalaman tersebut dengan cara menerapkan strategi experiantial marketing.

Dimana mereka harus mampu memberikan sensasi dan menyentuh emosi dari konsumen.Sebagai contoh café yang nanti saya buat akan memiliki konsep yang instagrammable yang membuat pengunjung betah berlama-lama di sana dikarenakan banyak nya spot foto yang menarik.

Selain membuka café bisnis thrift shop juga sangat menjanjikan, berhubung masyarakat Indonesia yang belum banyak menekuni bisnis ini oleh karena itu peluang sukses pada bisnis ini sangat lah besar. Manajemen operasional merupakan serangkaian kegiatan yang mana mengubah input menjadi output baik barang maupun jasa melalui proses kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan pengawasan (Irmayanti 2011, 1).

Thrift Shop merupakan sebuah pasar atau wadah yang menjual barang-barang bekas. Thrift Shop adalah istilah yang hadir setelah adanya istilah lain mengenai penjualan barang bekas seperti preloved, second hand, atau pasar loak. Saat ini orang lebih banyak menggunakan istilah thrift shop untuk mendefinisikan tempat yang menjual barang bekas.

Gaya hidup remaja pada jaman sekarang sudah begitu konsumtif karenakeinginannya mengikuti jaman. Untuk diterima dan menjadi pusat perhatiandi lingkungannya biasanya remaja berusaha untuk mengikuti tren pakaian kekinian, misalnya dengan mengonsumsi pakaian dengan merk terkenal dan terbaru dengancara berbelanja (Kresdianto, 2014), terjadinya hal tersebut juga bisa dikarenakanadanya pengaruh dari media sosial yang digunakan remaja saat ini.

Gaya hidup remaja saat ini memang sangat dipengaruhi oleh sekitarnya, khususnya idola yang dipanutinya, sedangkan kemampuan finansial remajatersebut belum tentu sama dengan idolanya, yang mengakibatkan adanyapemaksaan untuk membeli barang yang sama. Terlebih seiring dengan pesatnyaperkembangan model pakaian, tentu akan menambah pengeluarandanmeningkatnya perilaku konsumtif dikalangan remaja. Perilaku konsumtif ini selain merugikan diri.

# Isi/Pembahasan

**Apa Itu Manajemen**

Pengertian manajemen sebenarnya sangat luas, dan penerapannya juga bisa untuk berbagai tujuan. Misalnya diterapkan untuk mengelola waktu agar setiap kegiatan jadi terencana dan bisa dikerjakan dengan baik. Secara umum, manajemen adalah sebuah proses yang dilakukan seseorang dalam mengatur kegiatan yang dikerjakan individu atau kelompok. Sistem atau manajemen harus dilakukan untuk memenuhi target yang akan dicapai oleh individu atau kelompok tersebut dalam sebuah kerjasama dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada.

# Fungsi Manajemen

Karena manajemen adalah sebuah seni untuk mencapai tujuan, sudah dapat dipastikan didalamnya ada beberapa tahapan yang harus dilakukan untuk memperoleh target tertentu.

## Perencanaan (planning)

Fungsi pertama dari manajemen adalah perencanaan. Manajemen dibutuhkan untuk penyusunan rencana dan strategi ketika akan memulai sebuah kegiatan atau usaha. Perencanaan adalah penentuan terlebih dahulu apa yang akan dikerjakan. Perencanaan yang baik memuat unsur-unsur pertanyaan seperti what, why, where, when, who, dan how. Dalam perencanaan, memuat strategi yang dirumuskan untuk mencapai tujuan.

## Pengorganisasian (organizing)

Pengorganisasian adalah sebuah fungsi dari manajemen yang tujuannya membagi-bagi tugas sesuai kemampuan yang dimiliki. Fungsi manajemen ini diperlukan untuk mengatur sebuah kelompok atau organisasi. Dimana dalam organisasi atau perusahaan tersebut ada tugas yang dibagikan sesuai dengan jabatannya masing-masing. Misalnya, tugas untuk direktur, manajer, staf, dan anggota pasti berbeda-beda sesuai dengan bidangnya. Mereka juga harus bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan.

## Pengarahan, menggerakkan (actuating)

Pengarahan dibutuhkan setelah tugas dibagi-bagi pada individu atau kelompok sesuai dengan bidangnya masing-masing. Pengarahan dibutuhkan agar tujuan bisa dicapai dengan baik dan meminimalkan resiko terhambatnya sebuah rencana. Actuating bisa dilakukan dengan cara membimbing, konsultasi terkait tugas, dan pemberian motivasi.

## Pengawasan dan evaluasi (controlling)

Evaluasi merupakan fungsi manajemen untuk menilai hasil kerja yang telah dilakukan. Evaluasi dibutuhkan untuk mengontrol kemajuan dari rencana yang telah dicanangkan. Bisa juga digunakan untuk menilai apakah perlu diadakan perubahan strategi atau tidak. Sementara pengawasan diperlukan agar pekerjaan yang dilakukan mencapai tujuan perusahaan. Tindakan pengawasan umumnya digunakan untuk mencegah terjadinya penyimpangan. Dalam sebuah organisasi maupun perusahaan, penting adanya fungsi manajemen ini sehingga tujuan organisasi dapat tercapai dengan baik dan efektif.

# Tujuan Manajemen

Tujuan Manajemen adalah untuk memperoleh hasil maksimal dengan biaya atau usaha seminimal mungkin, dengan mendayagunakan seluruh aspek pendukung berupa SDM, aset, dan finansial yang telah diatur sesuai perencanaan.

# Manajemen Operasional

**Manajemen operasional** dibutuhkan dalam sebuah bisnis untuk mengontrol aktivitas produksi. Sebuah bisnis membutuhkan pengawasan terhadap beberapa unsur penunjang kegiatannya. Seperti keuangan, pemasaran, dan juga produksi yang masuk ke dalam kegiatan operasional.

Manajemen operasional adalah area bisnis yang berfokus pada proses produksi, serta memastikan pemeliharaan dan perkembangan berlangsung secara efektif dan efesien. Seorang manajer operasi bertanggung jawab mengelola proses pengubahan input menjadi output.

# Ruang Lingkup Manajamen Operasional

Terdapat 3 ruang lingkup manajemen operasional yaitu :

## Perencanaan sistem produksi

Pada ruang lingkup ini, perencanaan sistem produksi dimulai dari proses perencanaan produksi yang bertujuan untuk menghasilkan barang atau jasa.

Barang atau jasa yang diproduksi pasti berdasarkan permintaan atau kebutuhan para konsumen. Umumnya, sistem ini mencakup kuantitas, harga, kualitas dan waktu. Dalam ruang lingkup ini, ada empat hal yang harus diperhatikan:

* + Penentuan tata letak fasilitas pabrik
  + Penentuan lokasi pabrik
  + Perencanaan lingkungan kerja
  + Permasalahan yang standar

## Pengendalian Produksi

Pengendalian produksi dilakukan berdasarkan perencanaan yang sudah dibuat sebelumnya. Di dalam perencanaan produksi biasanya terdapat berbagai kebijakan dan standar yang harus dipenuhi.

Perencanaan tersebut juga sering kali melibatkan prosedur pengawasan terhadap proses produksi yang sedang berjalan. Tujuannya agar proses produksi terkendali serta sesuai perencanaan yang telah ditentukan.

Dengan adanya pengendalian produksi, potensi keuntungan suatu perusahaan dapat dimaksimalkan. Caranya dengan meminimalisasi berbagai kesalahan yang dapat merugikan.

Umumnya, pengendalian produksi dibagi menjadi ke dalam lima bagian sebagai berikut:

* + Pengendalian bahan baku: mengatur tentang pemindahan, pengemasan, dan penyimpanan berbagai bentuk dan jenis bahan baku.
  + Pengendalian biaya produksi: analisis biaya produksi yang digunakan untuk mendapatkan keuntungan secara optimal.

Sebagai informasi, terdapat dua jenis biaya produksi yaitu biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku serta biaya tenaga kerja langsung.

Sementara itu, ada juga biaya *overhead* yang meliputi biaya variabel, biaya tetap, dan biaya semi variabel. Jenis-jenis biaya tersebut harus diketahui dengan jelas karena mempunyai pengaruh yang besar terhadap keuntungan atau laba perusahaan.

* + Pengendalian tenaga kerja: pengendalian yang dimaksud merujuk pada kuantitas dan kualitas tenaga kerja sehingga proses produksi dapat berjalan optimal.
  + Pengendalian kualitas: alat bagi *operation management* yang digunakan untuk meningkatkan kualitas produksi barang atau jasa, mengurangi kuantitas barang gagal diproduksi, serta memeriksa kesesuaian proses produksi dengan standar mutu yang sudah ditetapkan.

Pengawasan terhadap kualitas juga diperlukan dalam menentukan ukuran, cara, atau persyaratan fungsional dari suatu produk dan spesifikasinya.

* + Pemeliharaan alat produksi: mencegah terjadinya kerusakan produk yang atau produk yang dihasilkan tidak memenuhi standar mutu yang ditetapkan akibat kerusakan pada alat produksi. Pergantian alat produksi juga diperlukan apabila suatu produk yang dihasilkan masih ada cacat.

## Sistem informasi produksi

Pada umumnya, sistem informasi produksi terdiri dari tiga bagian, yaitu struktur organisasi, produksi atas dasar pemesanan, dan produksi untuk pasar.

Struktur organisasi di sini adalah pengorganisasian dalam membangun hubungan antara komponen organisasi. Misalnya, pembagian tugas dan jabatan dengan tujuan semua kegiatan dapat mencapai sasaran.

Adapun keputusan produksinya dilakukan atas dasar permintaan konsumen secara spesifik ataupun memproduksi untuk pasar. Kegiatan produksi untuk pasar umumnya didasarkan pada *demand* atau permintaan konsumen, baik konsumen lama maupun konsumen baru. Perusahaan yang sudah memiliki basis pasar yang baik akan melakukan aktivitas produksi secara regular.

# Pengertian Strategi Pemasaran

Pengertian strategi pemasaran adalah suatu tindakan terukur yang dimaksudkan untuk mengenalkan produk perusahaan kepada masyarakat luas. Strategi pemasaran adalah kumpulan langkah bisnis yang sudah dikombinasikan baik pada level pengenalan produk hingga membuat konsumen melakukan pembelian.Strategi pemasaran secara komprehensif meliputi 4P yaitu: *product*, *price, place* dan *promotion*.

# Fungsi Strategi Pemasaran

1. **Sebagai pedoman pemasaran produk**

Sebagaimana dijelaskan di atas, strategi pemasaran yang ideal meliputi proses pengenalan produk kepada konsumen, membuat mereka tertarik pada produk tersebut sehingga terjadilah konversi di mana produk terjual.

# Sebagai tolok ukur keberhasilan

Jika suatu strategi pemasaran dirumuskan secara benar, produsen akan dapat menilai hasil kerja mereka dengan membandingkan apa yang mereka dapatkan dengan target yang termuat dalam strategi pemasaran. Oleh karena itu, sangat penting untuk mencanangkan langkah konkret pada setiap strategi yang disusun perusahaan.

# Sebagai alat kontrol dalam pengawasan

Dalam hal ini, rancangan strategis yang sudah disepakati bersama dapat digunakan untuk menentukan apakah tindakan yang diambil perusahaan telah

sejalan dengan strategi pemasaran atau belum. Rencana kerja ini selanjutnya dapat dimanfaatkan untuk mengembalikan langkah-langkah yang melenceng dari tujuan strategi pemasaran.

Tujuan Strategi Pemasaran

Penentuan jenis strategi pemasaran memiliki titik ujung pada maksimalisasi profit, tetapi umumnya tujuan strategi pemasaran adalah apa yang kita lihat pada proses pelaksanaannya.

# Menentukan target pasar yang tepat

Proses paling esensial dalam perancangan strategi pasar adalah mengenali ragam target pasar. Dari situ, perusahaan dapat menentukan pasar mana yang akan disasar. Sehingga spesifikasi produk, harga produk serta cara produsen melakukan pendekatan pada target pasar pun akan lebih tepat.

# Memaksimalkan alokasi sumber daya perusahaan

Anggaran, tenaga kerja, dan waktu adalah modal utama bagi perusahaan. Maka dalam mencapai tujuannya, perusahaan yang baik akan memastikan ketiga hal tersebut tidak akan berkurang kecuali dengan mendapatkan *return* atau pengembalian sepadan.

Contoh Strategi Pemasaran

## Mengenal Target Pasar

Dalam memasarkan produk hal paling inti adalah memastikan bahwa kita telah meriset dan mengenal target konsumen dengan baik. Hal ini akan mengantarkan kita pada kesesuaian antara apa yang dimiliki oleh produsen dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

## Rencanakan Tujuan Pemasaran

Dalam tercapai nya sebuah pemasaran kita harus merencanakan produk kita tujuan nya mau ke kalangan bawah atas atau muda/orang tua

## Marketing Mix

Marketing mix meliputi 4 P yaitu: *product*, *price, place* dan *promotion.* Dari keempat hal tersebut, dilakukanlah upaya pemaksimalan strategi pemasaran produk oleh perusahaan.

## Promosi dan Iklan

Cara ini bisa dilakukan dengan membuat blog perusahaan yang secara kontinyu memberikan informasi bermanfaat bagi konsumen.

Meskipun tidak langsung menghasilkan konversi, tetapi metode ini dapat mendekatkan konsumen kepada brand.

## Memberikan sesuatu dengan gratis

Konsumen membeli produk akan membeli produk kit ajika produk tersebut menarik dan memiliki promo buy 1 get 1

# Apa Itu Thrifting Shop

Dalam bahasa Inggris Thrift adalah hemat atau penghematan, jika dalam artian besar berarti Thrift merupakan suatu pengeluaran uang untuk membeli sebuah barang secara berhati-hati dalam pengeluaran uang tersebut (tidak boros). Sehingga Thrifting adalah kumpulan barang yang dimiliki seseorang dan sudah tidak terpakai (bekas). Barang tersebut dapat dijual dan dibellli oleh orang lain dalam harga yang relatif terjangkau/murah.

Thrifting merupakan bisnis jual beli barang tidak terpakai/bekas yang memiliki kelayakan pada barang tersebut sehingga masih berlaku dalam proses jual beli barang.Thrifting ini bukan hanya barang-barang yang tidak ternama yang bisa di perjual belikan tetapi barang branded. Selagi barang bekas tersebut masih berfungsi dan dapat digunakan atau kualitas nya layak serta ada yang tertarik untuk membeli nya maka itu semua bisa dibisniskan.

# Manfaat Membuka Usaha Thrifting dan Belanja Dari Thrifting Shop

Membuka usaha thrifting di masa pandemi maupun sebelum pandemi ini merupakan suatu bisnis yang menjanjikan/menguntukan dan sangat mudah dilakukan oleh semua kalangan mau miskin atau kaya sekalipun mau muda atau tua sekalipun semua orang bisa melakukan, karena mudah nya mencari barang bekas atau yang saya lakukan yaitu pakaian bekas itu sangat lah mudah.

Dimulai dari mencari barang bekas di thrifting shop atau membeli nya dari tetangga dengan keadaan pakaian yang layak dan harga yang relatif murah, contoh saya dapat membeli pakaian sebanyak 10 stel dan saya membeli nya dengan harga hanya Rp 10,000 saja lalu memperbaiki/membersihkan pakaian tersebut agar terlihat seperti baru dan dapat merauk keuntungan sekitar 2x-3x lipat dari harga saya membeli dari orang lain tersebut.

Manfaat belanja di thrifting shop merupakan cara cerdas bagi para pembeli dan dianggap menjadi tren karenang dengan membeli barang thrifting kita termasuk penjaga lingkungan karena kita hanya membeli barang bekas dan mengurangi pembuatan pakaian baru terus meneruts yang dapat merusak lingkungan karena aktifitas industri yang semakin terus menerus dilakukan akan berdampak negatif bagi alam sekitar, salah satu bahan untuk membuat suatu barang pasti diambil dari alam.

Membeli di thrift shop adalah alternatif konsumsi pakaian yang lebih murah serta menunjang sustainable living. Menurut ***World Wide Fund for Nature (WWF),*** sustainable living adalah sebuah gaya hidup yang menyeimbangkan upaya lokal dan global untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia dengan tetap melestarikan lingkungan alam dari degradasi dan kerusakan.

Faktor utama penyebab kerusakan alam adalah aktivitas manusia, termasuk aktivitas industri garmen. Menurut data dari ***United Nations Environment Programme (UNEP)***, setiap tahun, industri fashion menggunakan 93 miliar meter kubik air dan sekitar 20% air limbah industri fashion di seluruh dunia berasal dari pencelupan dan pengolahan kain. Data dari UNEP juga menunjukkan bahwa industri fashion bertanggung jawab atas 10% emisi karbon global tahunan dan diprediksi emisi tersebut akan melonjak lebih dari 50% pada tahun 2030. Riset terbaru dari ***YouGov Omnibus tahun 2017*** mengungkapkan bahwa dua pertiga orang dewasa (66%) di Indonesia membuang pakaian dalam satu tahun terakhir dan seperempat (25%) telah membuang lebih dari sepuluh item pakaian dalam satu tahun terakhir.

Artinya, sudah terlalu banyak limbah produk fashion yang ada di dunia sehingga dapat mencemari lingkungan. Untuk mengatasi hal tersebut, banyak aktivis lingkungan mengajak masyarakat untuk belanja pakaian bekas melalui thrift shop. Munculnya thrift shop diyakini sebagai solusi untuk mengatasi limbah pakaian serta mempromosikan sustainable living yang membawa dampak positif bagi lingkungan.Oleh karena itu kita sebagai generasi muda/masyarakat sipil perlu mendaur ulang suatu barang atau memakai kembali barang yang masih layak.Selain manfaat tersebut bagi alam manfaat lain nya dari membeli barang thrifting adalah mendapatkan barang-barang yang langka atau limited edition dan unik serta mendapatkan nya dengan harga yang begitu murah dari pasaran atau beli baru.

Selain mencari keuntungan saya membuka usaha thrifting shop akan mengadakan amal/donasi bagi para korban gempa bumi,tsunami,banjir,longsor atau bencana alam lainnya dan membantu sesama yang sedang membutuhkan seperti gelandangan,pengemis. Yang didapat dari hasil penjualan barang bekas atau pakaian bekas biasanya akan saya donasikan melalui komunitas kecil atau website yang amal resmi.

# Kendala Dalam Membuat Thriftingshop dan Melakukan Thrifting

1. Membutuhkan Modal yang Besar

Yaps, jika ingin membuka usaha thrifting kita harus mengeluarkan modal yang cukup besar karena dalam usaha tersebut bukan hanya membeli baju bekas (produk)nya saja melainkan harus menyewa tempat bahkan membeli toko atau ruko yang membutuhkan biaya sangat besar, membuat situs atau website toko, promosi melalui iklan atau brosur, membayar jasa endorse.

1. Bersaing Dengan Thriftshop Lain

Dalam melakukan bisnis apapun pasti kita memiliki pesaing yang salam dengan bidang kita, oleh sebab itu kita harus bisa menentukan target pasar yang pas dan tau apa mau konsumen sehingga konsumen tertarik dengan shop kita, dan kita harus memiliki konsep yang berbeda dengan pesaing. Contoh : Kenyamanan dalam toko, Desain toko yang dapat menarik pengunjung, Pelayanan yang ramah, Toko yang strategis (mudah dijangkau pembeli), Promo seperti beli 2 gratis 1 atau diskon 50%, Harga yang terjangkau karena merupakan pakaian bekas.

# Bisnis Cafe Di Setiap Perkembangan Zaman

Yang saya akan bahas pertama kali yaitu tentang pengertian Kafe (café) adalah tempat dimana konsumen dapat memesan minuman atau makanan dan merupakan tempat bersantai untuk ngobrol dengan kawan,sahabat atau keluarga. Café juga dapat dipergunakan untuk sarana belajar seperti mengerjakan tugas kelompok dengan teman sekolah bahkan untuk rapat atau meeting dengan para klien untuk para pekerja kantor.

Café termasuk kedalam restoran namun mengutamakan suasana menyenangkan dan nyaman karena hampir disetiap café memiliki tempat duduk yang nyaman serta live music setiap malam nya, yang membuat menarik para pengunjung untuk menjadi tempat tongkrongan yang asik dan menarik.

Pengertian Kafe menurut ***Dictionary of English Language and Culture, Longman*** adalah restoran kecil yang melayani atau menjual makanan ringan dan minuman, kafe biasanya digunakan orang untuk rileks. Sedangkan menurut The New Dictionary and Theosaurus, Kafe merupakan restoran murah yang menyediakan makanan yang mudah diolah atau dihidangkan kembali.

Sebelum membuka bisnis lebih jauh tentang café kita harus mempelajari tentang sejarah café tersebut, Istilah cafe berasal dari bahasa Perancis yang secara harfiah artinya (minuman) kopi, namun digunakan sebagai nama tempat dimana orang-orang berkumpul atau sekedar bersantai untuk melepas lelah sehabis beraktivitas sambil minum kopi. Seiring perkembangan, kafe bukan hanya menyediakan kopi, tetapi juga minuman lain serta makanan ringan.

Sementara itu, di Indonesia, kafe pertama kali muncul tahun 1878. Kafe tertua di Indonesia bernama Tek Sun Ho, didirikan Liaw Tek Soen. Jauh sebelum kafe Tek Sun Ho, sebenarnya kedai kopi sudah banyak berdiri di negeri ini sejak empat abad silam.

Pada 1696, India mengirimkan benih kopi Arabica kepada pemerintahan Belanda di Batavia (Jakarta) untuk ditanam, tapi gagal tumbuh akibat banjir. Baru pada pengiriman selanjutnya, benih kopi dapat tumbuh.

Perkembangan zaman mempengaruhi perubahan café atau tempat kopi yang ada di Indonesia yang dimulai dari awal nya hanya berbentuk warung dengan 1 tempat duduk dan menu makananan nya berupa gorengan,lontong atau nasi uduk serta minuman nya yaitu kopi sasetan serta minuman sasetan lainnya serta tempat nya diluar ruangan panas tanpa kipas dan hanya bermodal rindang nya pohon dan angin yang berlalu,

Sekarang bertahap menyentuh perubahan mulai dari harga per cup kopi, bubuk kopi yang digunakan,alat-alat pengelola kopi tersebut,tempat yang lebih nyaman dengan menggunakan ac didalam ruangan dan tentunya tempat yang bersih sehingga positive vibe jika berlama-lama nongkrong, fasilitas wifi bahkan menyediakan game untuk bermain bersama teman, live music.

Perubahan zaman tersebut lah yang membawa konsumen ingin lebih banyak mengetahui tentang kopi mulai dari bentuk kopi,aroma kopi dan cara pembuatan kopi tersebut mulai dari biji hingga menjadi minuman yang nikmat dan lezat.

Berikut kopi yang biasa nya terdapat di café mulai dari kopi yang di campur dengan susu yang sudah di steam yaitu cappuccino,coffe late, yang menggunakan Teknik pembuatan manual brew seperti French press,v60 atau pour over, aeropress, cold brew dan masih banyak lagi Teknik yang dipergunakan dalam membuat kopi.

# Manfaat Minum Kopi

1. Meningkatkan Energi

Meminum segelas kopi di pagi hari dapat meningkat kan energi oleh sebab itu kebanyakan orang meminum kopi saat ingin berangkat bekerja, Kopi memiliki stimulant yaitu kafein yang berfungsi meningkatkan focus dan kewaspadaan diri.

1. Menurunkan Berat Badan

Sama seperti hal nya meningkatkan energi zat alami yaitu kafein dapat membakar lemak didalam tubuh sebesar 10% pada orang gemuk dan 29% pada orang kurus tetapi tidak boleh mengkonsumsi nya setiap hari.

1. Menurunkan Risiko Diabetes Tipe 2

Jika meminum kopi dengan gula sedikit atau tanpa gula sekalipun memiliki tingkat rendah dalam terkena nya penyakit tersebut

1. Mencegah Penyakit Otak

Penyakit otak yang dimaksud adalah Alzheimer atau penyakit neurodegenerative yang paling umum dan penyebab utama demensia. Tetapi menurut penelitian jika mengkonsumsi kopi bisa terhindar dari penyakit tersebut sebesar 65% lebih rendah

1. Meningkatkan Mood

Ya lagi-lagi kafein dapat menyebabkan atau meningkatkan suasana hati atau mood seseorang jika perempuan sedang marah saran kan lah minum kopi agar amarah nya mereda.

# Keuntungan Membuka Bisnis Café

Bisnis Cafe di Indonesia mulai saat ini berkembang sangat pesat hampir diseluruh Indonesia sudah memiliki café mulai dari perkotaan hingga perkampungan penduduk sekalipun ada café dengan bermacam bentuk tempat dan fasilitas yang disediakan.

Usaha café memiliki keuntungan yang begitu tinggi, yaitu pasar yang kuat dan bisnis café tidak akan pernah turun karena peminat nya mulai dari semua kalangan masuk, ya betul dari kalangan sederhana maupun kaya pun dapat berkunjung ke café karena harga minuman dan makanan yang relative murah dan lezat serta tempat yang nyaman.

Jika kita menghitung hasil bersih nya mungkin dalam sebulan kita dapat meraup untung Rp 3,000,000 – Rp 7,000,000 itu baru dalam hal minuman nya saja apalagi jika banyak yang memesan makanan. Oleh karena itu bisnis ini sangat menjanjikan bagi anak muda maupun orang tua yang memiliki uang lebih dan menjadi investasi kedepan yang menjajikan.

# Saran Dalam Membangun Cafe

1. Pilih Tempat yang Strategis dan Ramai

Yaps saya akan membangun café dengan melihat tempat yang ramai orang lalu Lalang mungkin akan dibangun di pinggir jalan yang memiliki tempat parkir luas agar tidak menimbulkan kemacetan

1. Konsep Café

Konsep café yang industrial tetapi terlihat asri karena akan ada bermacam tanaman pendukung beserta beberapa tulisan di dinding yang akan membuat pengunjung dapat berfoto dan berlama-lama nongkrong di café.

1. Perlengkapan Usaha

Dalam mendompleng bisnis yang maju perlengkapan yang digunakan haruslah perlengkapan yang bagus dan terbaik serta perlengkapan yang digunakan akan sesuai dengan konsep café yang didirikan.

1. Bahan Baku yang Digunakan

Dalam membuat sebuah makanan atau minuman bahan bakunya harus memiliki kualitas terbaik agar konsumen senang dan datang kembali lagi, bahan baku tersebut dapat dibeli melalui para pedagang grosiran yang relative lebih murah.

1. Menu yang Menarik dan Lezat

Dalam pembuatan menu konsep menu tersebut juga harus dibuat semenarik mungkin bahkan nama menu nya kalau bisa seaneh dan tidak pernah ada di café-café lain. Menu itu juga harus memiliki konsep dari café tersebut atau signature yang dapat menarik para konsumen terus menerus kembali.

1. Harga yang Tepat

Dalam menjual suatu peroduk harga merupakan hal paling sensitive karena jika harga mahal kemungkinan konsumen tidak akan datang kembali tetapi jika harga murah konsumen akan datang terus.

1. Strategi Marketing

Strategi marketing yang digunakan melalui social media yaitu Instagram,facebook,twitter dan media social lainnya. Serta menebar iklan di sekitaran café yang dapat menarik para pelanggan.

1. Lakukan Pembukuan

Pembukuan sangat lah penting karena didalam pembukuan kita tau berapa pengeluaran dan pemasukan dalam menjalankan bisnis café tersebut mulai dari pengeluaran bahan baku, gaji pegawai, dan pencatatan dari setiap transaksi yang terjadi dalam sehari semua harus tersusun dengan rapi dalam pembukuan sehingga dapat data yang kongkrit.

# Kendala Dalam Membuka Bisnis Café

1. Kurang Nya Survei Pasar

Yaps jika anda kurang dalam menjalankan survey pasar ini sangatlah berpengaruh dalam menjalankan sebuah bisnis. Survei pasar yang dimaksud adalah siapa target pasar yang harus kita raih,berapa usianya,status social dan juga jenis kelamin.

Contoh : Anda menjual kopi atau makanan dengan harga Rp 50.000 per porsi/percup tetapi anda menjual nya didaerah perkampungan yang bisa dibilang kalangan menengah kebawah, ini akan membuat para konsumen tidak akan datang karena harga yang begitu mahal bahkan tidak ada yang datang kerestoran anda.

1. Layanan yang Buruk

Yang kedua merupakan hal yang cukup penting yaitu pelayanan yang buruk dalam arti anda melayankan konsumen yang merupakan raja dalam hal perbisnisan karena konsumen merupakan pembeli, jika semua fasilitas makanan semua sudah tertata dengan baik tetapi layanan nya buruk menyebabkan para konsumen enggan untuk kembali ke café anda dan menjadi bahan omongan terhadap konsumen lain.

1. Menu yang Kurang Menarik dan Tidak Lezat

Menu makanan yang kurang menarik dapat membuat para konsumen enggan membeli nya, pertama yang harus diperhatikan yaitu daftar menu bedakan lah hidangan makanan yang recomen dengan yang tidak terlalu rekomen tetapi enak berikan serta foto didalam menu tersebut dan pastikan karyawan hafal menu yang ada.

1. Identitas Bisnis Kurang Jelas

Para calon konsumen perlu mengetahui mengapa mereka harus makan di restoran Anda dan bukan di restoran lainnya.Oleh karena itu, identitas bisnis restoran Anda harus terlihat jelas dan tersampaikan dengan baik kepada konsumen.Untuk dapat bersaing pada industri yang memiliki tingkat saing yang tinggi, Anda harus dapat menawarkan nilai lebih dari apa yang pesaing Anda miliki.Hal tersebut dapat Anda capai dengan adanya nilai jual yang lebih unik. Anda membutuhkan sebuah ide yang orisinil. Pikirkan alasan unik mengapa para calon konsumen harus makan di restoran Anda.Nilai jual yang unik dapat membuat bisnis restoran Anda.

1. Kurang Memerhatikan Strategi Pemasaran

Jika anda memulai bisnis hal perlu diperhatikan adalah strategi pemasaran mulai dari brand,logo,membuat website yang responsive dengan user experience serta interface yang baik ,rencana pemasaran.

1. Jenis Kemasan

Yaps kemasan juga dapat menarik para konsumen janganlah anda menjual sebuah kopi dengan kemasan dari plastic sasetan atau kiloan tetapi dengan cup yang menarik dengan tambahan nama pembeli di pinggiran cup tersebut. Kesalahan jenis kemasan sangatlah berdampak pada kepuasan konsumen karena anda tidak mampu menjaga makanan atau minuman agar tetap nikmat dan menarik dimata konsumen.

# Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini membahas tentang membuka bisnis ThriftShop terhdap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan,dengan objek penelitian merupakan took saya sendiri dan pengaruh ThriftShop dengan lingkungan alam sekitar.

Penelitian kedua membahas tentang Café atau Coffe Shop bagaimana cara mendirikannya, membuat makanan ringan dan minuman yang nikmat dan diminati para konsumen, tempat yang nyaman serta fasilitas yang memuaskan.

# Penutup dan Kesimpulan

Dalam membuat suatu bisnis mau bisnis makanan atau pun pakaian pasti harus memperhatikan dalam semua aspek entah itu modal ,pasar , manajemen, risiko, pengawasan, pelaksanaan, dan lain-lain. Oleh karena itu sebelum memulai bisnis thrift shop dan juga membuka café saya lebih dahulu meneliti di berbagai tempat bagaimana cara membuka sebuah bisnis yang baik dan benar agar bisnis kita itu berjalan lancar dan melambung pesar di pasar hingga menjadi terkenal.

Yang pertama kita harus tau apa kendala dalam pembuatan bisnis yang kita jalani entah itu kendala tempat, pemasaran, layanan, menu, barang yang tidak berkualitas, atau lain sebagainya yang tidak bisa kita control maupun kita cegah. Selain kendala kita juga harus melihat apa saja kelebihan/keuntungan jika kita membuka bisnis ini seperti jika membuka thrift shop mengurangi pencemaran lingkungan dan berdampak positif bagi alam kedepan nya karena mengurangi limbah dan juga bahan dasar yang diambil di alam berkurang, harga pakaian atau barang lain yang kita beli di thriftshop lebih murah di banding membeli barang di mall atau online shop yang belum tentu bagus kualitas nya.

Yang kedua kita harus memperhatikan yaitu lokasi atau tempat untuk membuka bisnis lokasi tersebut harus strategis, memiliki lahan parkir, jauh dari pesaing yang memiliki bisnis sama (misal : kita buka bisnis café di pinggir jalan raya yang lokasinya strategis, parkiran kecil tapi berhadapan juga dengan café lain yang tempat parkirnya luas dan memiliki daya tarik sendiri) oleh sebab itu kita jangan buka café disitu karena konsumen pasti akan lari kesana.

Yang ketiga pemasaran, pemasaran yang baik adalah pemasaran yang mengenal target pasar, rencana tujuan pemasaran, marketing mix, promosi dan iklan, meningkatkan brand awreness, berikan sesuatu yang gratis(contoh : buy 1 get 1 ), menargetkan pengguna ponsel (menjual barang melalui aplikasi seperti shoppe,tokopedia,blibli dan aplikasi lainnya) dalam membangun pemasaran tersebut ada juga elemen yang harus diperhatikan seperti : Produk, Pesan Produk, Pelanggan, Promosi, Tim marketing.

# Daftar Pustaka

Jurnal.id(masalahdalampembuatanbisnis)Damamik (2016). Analisis dan perkembangancafédiIndonesia. Poniman (2018). Pengertian Cafe

Hartono(2018).KemudahanPerizinanUsaha.

Irmayanti (2011). Pengertian Manajemen

Artikel konsep café industrial [www.dekoruma.com](http://www.dekoruma.com/)

Accurate.id (2020) Tips bisnis café dan keuntungan membangun bisnis <https://accurate.id/bisnis-ukm/tips-membangun-bisnis-cafe>

# DamayaArdian(2019)Cafepedia

**https://koran-jakarta.com/sejarah-bisnis-kafe-dan-cara-mengelola**