

BUSINESS PLAN “Coffee Road”



Oleh Kelompok:

| | |
|---------------------------------|------------|
| Adistia Ramadhani | 2113191084 |
| Mochamad Taufik Ali Syech Ahmad | 2113191067 |
| Vakrun nisah | 2113191057 |
| Isep Lutpi Nur | 2113191079 |

A. Latar Belakang Usaha

Produk minuman kopi menjadi salah satu produk minuman yang digemari oleh masyarakat. Kopi yang disajikan tidak hanya kopi hitam atau *americano*, melainkan banyak jenis kopi lain seperti *cappucino* dan *frappucino*.

Saat ini berbagai macam inovasi-inovasi juga dilakukan, sehingga produk kopi menjadi lebih beragam. Tidak hanya masyarakat pecinta kopi yang membeli minuman kopi, bahkan masyarakat yang tidak terlalu suka kopi juga menikmati minuman kopi, namun dengan kadar kopi pada minuman yang lebih sedikit.

Tentu saja kita menemui banyak kedai kopi atau *coffee shop* baru dengan menawarkan kelebihan-kelebihan sendiri. Dapat ditarik kesimpulan bahwa peluang bisnis minuman dengan bahan dasar kopi ini cukup menjanjikan. Maka dari itu, perusahaan kami merupakan sebuah perusahaan dengan produk minuman kopi, namun dengan cara penyajian yang berbeda.

Jika di Indonesia kebanyakan minuman kopi terdapat di kedai-kedai, maka kami menyajikan “Coffee Road” yaitu “Kopi di Jalan”. Dengan penyajian seperti ini, maka masyarakat tidak perlu membeli minuman kopi yang dia inginkan di kedai kopi, mereka dapat membeli langsung di jalan.

B. Deskripsi Perusahaan

1. Nama dan lokasi usaha

Nama perusahaan adalah “PT. Coffee Road Indonesia”. Lokasi usaha pada tahap awal yaitu di sekitar kawasan kampus. Namun kami juga merencanakan untuk melebarkan pasar di kawasan perkantoran serta mengikuti event-event tertentu.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

Menjadi bisnis yang dapat menyajikan kebahagiaan dari secangkir minuman kopi.

Misi:

1. Menciptakan varian minuman kopi yang menarik dan unik serta nikmat
2. Meningkatkan jangkauan pemasaran
3. Menyajikan kopi dengan harga yang lebih terjangkau
4. Melestarikan minuman kopi sebagai bagian dari budaya masyarakat setempat

3. Identifikasi produk

Produk yang kami tawarkan adalah minuman kopi dingin maupun panas dengan berbagai varian produk yang menarik. Varian produk pada awal ini yaitu *espresso*, *americano*, *moccacino* dan *cappucino*.

4. Deskripsi perusahaan

Coffee Road Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang minuman berbahan dasar kopi. Minuman kopi yang disajikan dapat dinikmati baik dingin maupun panas. Perbedaan dari minuman kopi kami yaitu lokasi usaha. Tahap awal, usaha kami dapat ditemui di sekitar area kampus, namun kami merencanakan untuk melebarkan pada di beberapa tempat seperti kawasan wisata, area perkantoran dan area event. Dengan menyebarnya pemasaran, maka akan lebih memudahkan masyarakat untuk menikmati hidangan kopi, sehingga tidak perlu untuk bepergian terlalu jauh.

5. Pendanaan perusahaan

Dana yang digunakan untuk bisnis ini berasal dari modal pribadi serta bantuan dari keluarga. Perusahaan tidak meminjam modal awal melalui bank maupun lembaga keuangan lainnya.

C. Struktur Manajemen

Perusahaan ini dijalankan dengan team sebagai berikut:

1. CEO:
2. Manajer Produksi:
3. Manajer Pemasaran:
4. Manajer Keuangan:

Job Description:

1. CEO:
 - Sebagai penanggung jawab terhadap perusahaan
 - Membuat keputusan
 - Memastikan bahwa seluruh kegiatan berjalan lancar
2. Manajemen Produksi:
 - Menjaga kualitas produk
 - Melakukan inovasi-inovasi produk
 - Melatih pegawai untuk menyajikan minuman kopi yang berkualitas sesuai SOP
3. Manajemen Pemasaran:
 - Menyusun strategi pemasaran untuk mengembangkan usaha
 - Mengatur kegiatan pemasaran

- Melakukan promosi
 - Memastikan terjalin hubungan baik antara perusahaan dan konsumen
4. Manajemen Keuangan:
- Mencatat semua transaksi yang ada dalam perusahaan
 - Memproses data transaksi menjadi laporan keuangan

D. Target Pasar

Segmentasi pasar perusahaan kami sangat luas yaitu meliputi masyarakat yang menyukai kopi ataupun yang ingin minum kopi untuk menunjang pekerjaan. Seperti kita ketahui bahwa kopi merupakan salah satu produk yang dapat kita andalkan untuk menjaga mata agar tetap terbuka untuk menyelesaikan pekerjaan.

Namun, tahap awal kami akan menargetkan pasar di area kampus. Area kampus dipilih karena dosen serta mahasiswa umumnya pada jam kuliah siang sudah tidak terlalu bersemangat seperti saat pagi hari. Selain itu, dengan berbagai macam tugas terkadang membuat mahasiswa membutuhkan kopi untuk membantu agar tidak mengantuk.

Selanjutnya kami akan mencoba untuk berusaha di sekitar area perkantoran. Area tersebut dipilih karena sifat dari karyawan kantor yang membutuhkan kopi untuk menyelesaikan pekerjaan. Terlebih jika mereka kurang tidur pada pagi hari, kopi dapat menjadi produk alternatif. Kami menjual produk dengan harga yang lebih terjangkau. Hal ini karena kami tidak menggunakan gerai dalam pemasaran, sehingga kami dapat memangkas biaya operasional seperti sewa tempat. Dengan harga yang terjangkau maka diharapkan menjadi nilai positif dan memiliki efek psikologis bagi konsumen.

1. Profil pelanggan:

| | |
|------------------|--|
| Profil | : Pelanggan |
| Umur | : > 15 tahun |
| Pendapatan | : Menengah ke bawah |
| Lokasi geografis | : Area kampus |
| Alasan membeli | : Menyukai kopi, menginginkan manfaat kopi, mengonsumsi minuman kopi untuk mendapatkan manfaat dari kopi |

E. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang kami lakukan yaitu:

1. Menentukan *brand* serta *branding* pada produk dan bisnis. Dalam hal ini termasuk di dalamnya penentuan kemasan, penataan eksterior kedai berjalan sehingga *eye catching*, mempersiapkan katalog, serta menentukan seragam
2. Pembuatan akun media sosial seperti instagram, facebook, twitter untuk lebih dekat dengan konsumen
3. Membuat *website* perusahaan
4. Pada saat *launching* memberikan promo yang disampaikan melalui akun sosial media.
5. Mendapatkan data-data acara yang akan digelar sehingga akan lebih meningkatkan pemasaran.

F. Strategi Produk

Dilakukan dengan upaya diverifikasi terhadap produk yang dihasilkan. Ke depannya dirancang untuk inovasi rasa dan jenis minuman kopi. Pada awal produksi akan diterapkan sistem *face to face*, sehingga masyarakat tahu keberadaan dari Coffee Road. Produk minuman yang disajikan dapat dinikmati secara panas ataupun dingin sesuai dengan permintaan konsumen.

G. Strategi Harga

Strategi harga dilakukan saat awal launching, harga produk ditetapkan sesuai dengan kantong dari semua kalangan. Awal penjualan produk ini, harga yang dijual akan menggunakan harga miring. Strategi harga dilakukan dengan tetap menjaga kualitas dari minuman kopi yang dihasilkan.

H. Analisis Pesaing

Dilihat dari lokasi usaha, belum terdapat pesaing yang menjalankan usaha yang benar-benar sama seperti kami. Namun, untuk bidang usaha yang sama yaitu minuman tentu saja ada seperti minuman dingin, es kelapa, sop buah dll.

Usaha yang sejenis dengan kami belum ada di Kota Padang, sehingga menjadi peluang bagi kamu untuk meningkatkan jangkauan pemasaran. Usaha kopi yang ada yaitu berupa coffee shop.

Beberapa *coffee shop* yang terkenal di Kota Padang adalah kopi janji jiwa dan forestthree.

I. Langkah Pengembangan

Langkah yang dilakukan jika usaha ini mulai berkembang dan tingkat permintaan tinggi adalah dengan mempertahankan keunggulan dan kualitas minuman. Selain itu, dapat memperluas jangkauan pemasaran serta membuat varian kopi lain yang disukai oleh konsumen. Namun tentu saja, harga yang ditawarkan akan lebih murah dibandingkan minuman kopi dari *coffee shop*.

J. Pelaksanaan

Terdapat delapan tahap pelaksanaan dalam bisnis ini, yaitu:

1. Tahap persiapan dan survei

Tahap persiapan dan survey pasar diawali dengan mempersiapkan tempat. Kami menyusuri kawasan kampus dan perkantoran serta menentukan beberapa pilihan titik lokasi usaha yang sesuai, sebelum akhirnya diputuskan secara tim.

2. Pengadaan alat dan bahan

Pada tahap ini pembelian alat penunjang serta bahan dilakukan. Pemilihan kualitas alat maupun bahan demi kualitas produk merupakan hal yang sangat penting.

Peralatan yang digunakan antara lain:

- Mesin penggiling kopi (*coffee grinder*)
- Drip coffee maker
- Moka pot
- Peralatan penyimpanan
- Sendok
- Kemasan
- Silverware
- Genset kecil
- Blender & Juicer
- Peralatan kebersihan
- Motor

Bahan yang digunakan yaitu:

- Kopi yang sudah digiling
- Air
- Gula

- Susu
- Es batu.

3. Pembuatan produk

Pembuatan produk dilakukan dengan memperhatikan kualitas barang sehingga pembeli tidak akan kecewa dengan barang yang akan dibeli. Berikut cara pembuatannya :

a. *Espresso*

- Masukkan dua sendok kopi bubuk ke dalam wadah *french press*
- Tuangkan air panas ke dalam wadah yang telah berisi kopi bubuk.
- Setelah menuangkan air, tunggu sekitar 30 detik supaya aroma dan minyak dari kopi tersebut keluar. Hal ini akan menambahkan rasa dari minuman yang dihasilkan.
- Kemudian aduk kopi dan diamkan hingga 4 menit. Setelah itu, tekan bagian plunger dengan perlahan untuk menyaring kopi. Setelah *espresso* selesai diseduh, langsung dituang untuk menghindari rasa pahit. Espresso dapat disajikan.

b. *Americano*

- Masukkan kopi bubuk ke dalam *french press*
- Tuangkan air panas. Pastikan bahwa saat menuang air panas posisi teko lebih tinggi dari pada *french press*. Dengan teknik ini maka akan membuat gelembung kopi yang lebih banyak sehingga aroma kopi akan lebih harum
- Aduk perlahan dan diamkan 4 menit
- Setelah itu tekan tutup *french press* perlahan dan kopi siap disajikan.

c. *Cappucino*

Tahap awal pembuatan cappucino yaitu membuat *espresso*. Cara pembuatan *espresso* telah dijelaskan di atas. Setelah *espresso* jadi, maka langkah selanjutnya:

- Panaskan susu segar hingga 90 derajat celcius

- Press 120 mililiter susu menggunakan french press. Terkait proses ini, membutuhkan tenaga untuk menghasilkan foam yang cukup dan enak saat mencicipi cappucino.
- Setelah foam diperoleh, tuangkan susu panas ke dalam espresso dengan perlahan
- Tambahkan bubuk coklat di atasnya atau serutan kayu manis untuk menambah tampilan *cappucino*
- *Cappucino* siap disajikan

d. Moccacino

Proses pembuatan moccacino sebenarnya tidak jauh berbeda dengan proses pembuatan cappucino. Tahap pertama yaitu pembuatan espresso yang telah dijelaskan di atas. Langkah selanjutnya yaitu:

- Panaskan susu segar hingga 90 derajat celcius
- Press 120 mililiter susu menggunakan french press. Terkait proses ini, membutuhkan tenaga untuk menghasilkan foam yang cukup dan enak saat mencicipi cappucino
- Tuangkan susu, creamer, gula pasir dan espresso ke dalam gelas lalu aduk sampai larut
- Tambahkan foam di atasnya, moccacino siap untuk dinikmati

4. Tahap Promosi

Publikasi dan menyebarluaskan info mengenai produk yaitu dengan melakukan kerjasama dengan distributor-distributor besar, tempat pelayanan publik dan sejenisnya untuk memperkenalkannya pada massa yang lebih luas. Selain itu, mempromosikan melalui pembuatan dan penyebaran brosur, pamflet, pengumuman, info pada blog-blog, facebook, twitter, dan instagram agar semua kalangan tau keberadaan coffee road ini.

5. Tahap penjualan produk.

Diawali dengan memberikan contoh produk yang kami jual, melalui tahap promosi yang telah dilakukan sebelumnya, kemudian coffee road akan segera beroperasi. Pelanggan dapat langsung memesan kopi saat bertemu dengan coffee road.

6. Tahap evaluasi perkembangan usaha

Pada tahap ini dilakukan penghitungan pengeluaran dan pemasukan dari produksi minuman kopi..Pada tahap ini pula kami menganalisis apakah strategi pemasaran sudah berhasil secara maksimal atau belum.Selain itu, dilakukan pula evaluasi terhadap modal yang ada, evaluasi terhadap jaringan dan mitra kerja.

7. Evaluasi kegiatan

Evaluasi diadakan untuk mengetahui secara keseluruhan sejauh mana usaha ini berjalan, kekurangan dan kelebihan serta rincian secara keseluruhan.

8. Laporan pertanggungjawaban

Laporan ini dilaksanakan pada akhir periode kegiatan

K. Anggaran Biaya

Anggaran biaya digunakan untuk melihat berapa total biaya yang digunakan dalam pendirian usaha. Anggaran biaya Coffee Road sebagai berikut:

1. Peralatan Penunjang

| Material | Kuantitas (Buah) | Harga Satuan | Total |
|----------------------|------------------|--------------|--------------|
| Alat penggiling kopi | 1 | Rp 1,000,000 | Rp 1,000,000 |
| French press maker | 1 | Rp 200,000 | Rp 200,000 |
| Moka Pot | 1 | Rp 200,000 | Rp 200,000 |
| Alat penyimpanan | 10 | Rp 20,000 | Rp 200,000 |
| Galon | 1 | Rp 50,000 | Rp 50,000 |
| Silverware | 10 | Rp 10,000 | Rp 100,000 |
| Blender | 1 | Rp 230,000 | Rp 230,000 |
| Pengemasan | 1000 | Rp 1,000 | Rp 1,000,000 |
| Peralatan Kebersihan | 1 | Rp 100,000 | Rp 100,000 |
| Genset kecil | 1 | Rp 3,000,000 | Rp 3,000,000 |
| TOTAL | | | Rp 3,080,000 |

2. Bahan Baku

| Material | Kuantitas | Satuan | Harga Satuan (Rp) | Total |
|------------|-----------|----------|-------------------|------------|
| Kopi | 5 | Kilogram | Rp 105.000 | Rp 525.000 |
| Susu | 5 | Kaleng | Rp 12.000 | Rp 60.000 |
| Gula pasir | 5 | Kilogram | Rp 16.000 | Rp 80.000 |
| Air | 1 | Galon | Rp 5.000 | Rp 5.000 |

| | | | | |
|--------------|-----|------|----------|------------|
| Es batu | 100 | Buah | Rp 1.000 | Rp 100.000 |
| TOTAL | | | | Rp 770.000 |

3. Perjalanan

| Material | Kuantitas | Harga satuan | Total |
|----------------------------------|-----------|---------------|---------------|
| Motor | 1 | Rp 13.000.000 | Rp 13.000.000 |
| Transportasi pembelian peralatan | 1 | Rp 250.000 | Rp 250.000 |
| Transportasi pengiriman kopi | 1 | Rp 300.000 | Rp 300.000 |
| Total | | | Rp 13.550.000 |

4. Lain-lain

| Material | Kuantitas | Harga satuan | Jumlah |
|--------------------------|-----------|--------------|---------------|
| Upah tenaga kerja | 1 | Rp 1.500.000 | Rp 1.500.000 |
| Pembuatan laporan | 5 | Rp 10.000 | Rp 50.000 |
| Presentasi | 2 | Rp 30.000 | Rp 60.000 |
| Dokumentasi | 5 | Rp 100.000 | Rp 500.000 |
| Brosur | 3 | Rp 10.000 | Rp 30.000 |
| Poster | 5 | Rp 15.000 | Rp 75.000 |
| Total | | | Rp 2.215.000 |
| TOTAL KESELURUHAN | | | Rp 19.615.000 |