

UJIAN AKHIR SEMESTER
RENCANA BISNIS KEDAI KOPI KAKEK JOSU



DISUSUN :

NAMA : Ananda Putri Solicha

NIM : 1151800042

PRODI : Ilmu Komunikasi

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
GASAL 2021

BAB I

RINGKASAN

1.1 Latar Belakang

Berbisnis merupakan salah satu komponen penting dalam ekonomi sebuah negara, tanpa adanya bisnis sangat besar kemungkinan perputaran ekonomi akan terhenti. Bisnis sendiri merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sebuah organisasi yang bertujuan untuk mendapatkan profit yang meliputi poses produksi, pertukaran kebutuhan, kegiatan distribusi, konsumsi, dengan tujuan mendapatkan keuntungan secara finansial (Febrianty, 2020). Seiring berjalannya waktu teknologi yang selalu berkembang pesat, bisnis tidak lagi hanya dapat dilakukan pada lapangan tetapi dapat dilakukan melalui teknologi yang ada hal ini disebut dengan e-bisnis. E-bisnis sendiri memiliki wilayah yang luas dalam berinteraksi dengan pelanggan dan mitra bisnisnya, melalui e-bisnis pun seseorang dapat melihat peluang atau celah bisnis baru yang belum diketahui banyak orang (Supangat, 2020).

Semenjak adanya covid banyak sekali bisnis-bisnis di Indonesia yang harus tutup dikarenakan dilarang oleh pemerintah untuk beroperasi, banyak dari masyarakat yang bingung untuk pergi kemana dalam menghibur diri. Coffe shop sendiri merupakan kafe yang menjual dari minuman kopi hingga non-kopi. Dikutip dari Kompas.com penjualan kopi sendiri naik menjadi 150% hingga 200% semenjak adanya pandemi. Namun kopo-kopi yang dijual pada kopi shop sendiri memiliki harga yang cukup mahal. Bisnis yang akan dibangun pada penjelasan artikel ini merupakan bisnis kopi dengan konsep kedai namun memiliki kualitas kopi yang lebih baik dari coffe shop yang ada. Hal ini bertujuan agar semua kalangan dari berbagai macam pekerjaan dan umur dapat menikmati kopi yang enak tanpa harus merogoh kocek yang lebih dalam.

1.2 Sasaran

Bisnis ini ditujukan pada seluruh kalangan masyarakat dari kalangan bawah hingga menengah yang berumur 17 tahun sampai 50 tahun yang hobi meminum kopi.

1.3 Kelayakan Bisnis

Coffe shop yang menjamur memiliki harga yang terlalu mahal, sehingga tidak banyak dari masyarakat luas tidak bisa menikmati berbagai macam jenis kopi yang enak. Maka dari itu bisnis ini dibuat agar seluruh kalangan masyarakat dapat mencoba berbagai macam jenis kopi dengan teknik pembuatan yang berbeda-beda.

BAB II

DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1 Visi dan Misi

2.1.1 Visi

Semua kalangan dari masyarakat dapat menikmati berbagai macam jenis kopi dan teknik pembuatan yang berbeda-beda.

2.1.2 Misi

- Mencari biji kopi terbaik dari berbagai macam daerah
- Mempelajari berbagai macam pembuatan kopi

2.2 Tujuan

Tujuan dibuatnya dari bisnis ini adalah agar mendapatkan profit yang signifikan, selain itu juga agar dapat meningkatkan penjualan kopi di Indonesia

2.3 Kepemilikan

Bentuk kepemilikan dari bisnis ini adalah perseorangan yang dimana bisnis ini dimiliki dan diatur serta keuntungan adalah milik seseorang itu.

BAB III

BARANG & JASA

Bisnis ini menjual berbagai macam jenis kopi seperti gayo wine, papandaya, ijen, arabica, bengkulu, lanang, dan lain lain. Selain itu teknik yang disediakan dalam pembuatan kopi yakni V60, vietnam drip, french press, aero press. Kopi juga dijual dalam bentuk pouch bubuk. Semua ini disediakan agar masyarakat dari kalangan bawah hingga atas dapat menikmati berbagai macam cita rasa kopi, dan juga kopi akan dijual dalam botol agar pelanggan dapat membawa pulang.

BAB IV

ANALISIS ASPEK PASAR

4.1 Peluang Bisnis

Memiliki tingkat minat yang sangat tinggi, kopi telah menjadi tren saat pandemi berlangsung tingkat penjualannya pun baik hingga 150% hingga 200%. Melihat tingkat minat yang tinggi ini menjadikan bisnis kopi memiliki peluang yang besar.

4.2 Kondisi Persaingan

Semakin tinggi tingkat minat akan sebuah barang maka semakin meningkat pula kondisi persaingan bisnis. Kopi kafe yang menjadi tren pada saat ini merupakan pesaing berat dalam menjalankan bisnis kopi. Maka dari itu bisnis ini mengemas penjualan kopi dengan hal yang berbeda.

4.3 Posisi Pasar

Bisnis kopi ini memiliki tempat yang tidak begitu mewah namun tidak seperti warung pada umumnya, dengan memiliki menu yang variatif dan harga terjangkau diharapkan masyarakat terutama kalangan bawah dapat menikmati kopi yang ada.

4.4 Usaha Pemasaran

Dengan memanfaatkan digital marketing yang berkonsentrasi pada media sosial bisnis ini akan menggunakan Facebook dan Instagram sebagai platform pemasarannya.

BAB V

ANALISIS ASPEK TEKNIK

5.1 Lokasi

Bisnis akan dibuka pada pemukiman warga di tengah kota. Pemukiman warga diambil karena target dari penjualan adalah warga dari kalangan bawah hingga menengah.

5.2 Skala Produksi

Produksi akan dilakukan dilakukan setiap hari pada jam buka. Produksi tergantung pada permintaan pelanggan.

5.3 Pemilihan Mesin

Menggunakan mesin kopi standar yang berkapasitas lima kilogram. Serta menggunakan alat Vietnam drip, French press, aero press, thermometer untuk pengecekan suhu kopi V60, gelas V60 dripper.

BAB VI

ASPEK MANAJEMEN

Bisni ini memerlukan setidaknya waktu enam bulan agar benar-benar berjalan. Diperlukannya riset akan biji kopi, mencari supplier terbaik dan terpercaya. Selain itu akan dilakukannya renovasi pada tempat yang akan disewa dan hal tersebut akan memakan waktu yang cukup lama. Selain itu dibutuhkan proses perekrutan karawan dan training untuk pembuatan kopi.

BAB VII

ASPEK FINANSIAL

7.1 Sumber Dana

Bisnis ini merupakan bentuk kepemilikan bisnis perorangan sehingga seluruh sumber dana berasal dari pemilik yang tentunya ketika bisnis ini berjalan hasil penjualan tersebut pun juga menjadi sumber dana.

7.2 Kebutuhan Dana

Dana yang dibutuhkan akan digunakan untuk membeli mesin roasting kopi, alat pembuatan kopi, serta bahan-bahan dasar campuran untuk membuat kopi, selain itu tentu saja diperlukan dan untuk membeli biji kopi. Dana juga dibutuhkan untuk membayar karyawan, listrik, gas, air, dan wifi, serta pembayaran uang sewa tempat.

Febrianty, dkk. 2020. Pengantar Bisnis: Etika, Hukum & Bisnis Internasional. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Supangat. 2020. E-bisnis. <http://repository.untag-sby.ac.id/6044/1/Pertemuan%20Kedua%20-%20E%20Business.pdf>. Diakses pada 24 Desember 2021.

Anonim. 2021. Penjualan Coffe Shop Meningkat di Tengah Pandemi, Benarkah?. <https://www.kompas.com/food/read/2021/09/29/200300875/penjualan-coffee-shop-meningkat-di-tengah-pandemi-benarkah-?page=all>. Diakses pada 25 Desember 2021.

www.paperpass.net/kegiatan

PaperPass **1731** Mengunggah Laporan Akun Indonesia Keluar

Waktu dibatasi maksimal tergantung pada jumlah kata dalamnya. Biasanya laporan yang diterima akan terlihat dalam satu jam.

Judul	Status	Kesamaan	Laporan	Waktu pengiriman
REKANA BISNIS KEDAI KOPI KAKEK JOSU	Selesai	2%	Melihat laporan	2021-12-26 01:19

[Papasa](#)

Peringatan: Laporan dibagikan di dalam waktu 100 hari. Silakan unduh laporannya sesegera mungkin.

Daftar Isi | Kebijakan privasi | **Hubungi kami** info@paperpass.net
Pegawai Pengguna | Kebijakan pengembalian
Copyright ©2021 PaperPass