

RINGKASAN
PENGELOLAAN BISNIS COFFEE SHOP SAUNX BAPA
PROYEK KEWIRUSAHAAN



GEDE ANGGA DIPAYANA

2116 29129

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
JANUARI 2023

TUGAS AKHIR

PENGELOLAAN BISNIS COFFEE SHOP SAUNX BAPA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

GEDE ANGGA DIPAYANA

Nomor Induk Mahasiswa: 211629129

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 13 Januari 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S. M.)

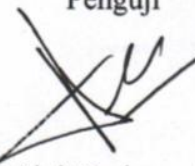
Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Olivia Barcelona Nasution, S.E., M.Sc.

Penguji



Tri Hendro Sigit Prakoso, S.E., M.B.A.

Yogyakarta, 13 Januari 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Kopi merupakan salah satu hasil perkebunan yang mempunyai peran cukup penting dalam kegiatan perekonomian Indonesia. Di era *modern* saat ini, pasar bisnis semakin berkembang pesat, seperti yang terjadi di Indonesia saat ini ialah banyaknya Kedai Kopi atau Coffee Shop yang diminati oleh para pebisnis, karena bisnis *coffee shop* ialah suatu usaha yang sifatnya santai dan menarik serta dicari oleh semua orang. *Coffee shop* Indonesia tumbuh 8% hingga 10% pada 2018 dan diperkirakan tumbuh 15% hingga 20% hingga akhir 2019. Produk yang diperjual belikan di SAUNX BAPA memiliki beberapa kelebihan rasa dari pada produk sebelumnya. Inovasi produk yang dikembangkan oleh SAUNX BAPA adalah coffee mocktail dimana kopi yang dahulu hanya dicampur dengan susu sekarang sudah dikembangkan dan dikemas dengan penyajian yang menarik serta rasa dari coffee mocktail ini bisa membuat para penikmatnya merasakan kesegaran yang terdapat pada minuman tersebut karena minuman tersebut dicampur dengan buah-buahan yang fresh dan pada menu tersebut dihias menggunakan garnis buah untuk menambah daya tarik dari produk tersebut. Berdasarkan aktivitas yang telah saya lakukan selama membuka usaha coffee shop ini, saya dapat menerapkan ilmu yang saya peroleh untuk mengembangkan usaha ini melalui sistem ATM (Amat, Tiru, dan Modifikasi).

Kata Kunci: Kopi, Coffe Shoop, Inovasi, Saunx Bapa

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu hasil perkebunan yang mempunyai peran cukup penting dalam kegiatan perekonomian Indonesia. Di era modern saat ini, pasar bisnis semakin berkembang pesat, seperti yang terjadi di Indonesia saat ini ialah banyaknya Kedai Kopi atau Coffee Shop yang diminati oleh para pebisnis, karena bisnis coffee shop ialah suatu usaha yang sifatnya santai dan menarik serta dicari oleh semua orang. Oleh karena itu, para pengusaha coffee shop industri perlu menghadirkan berbagai inovasi inovatif dalam usahanya agar dapat bertahan di dunia bisnis.

Peningkatan bisnis coffee shop dibuktikan dengan konsumsi kopi domestik tumbuh 13,9 % per tahun, melebihi konsumsi dunia sebesar 8 %. Industri kopi dapat dianggap sebagai bisnis yang menjanjikan karena menurut kementerian pertanian tercantum dalam databoks.katadata.co.id, "2021, Prakiraan Konsumsi Kopi Indonesia Capai 370.000 ton.

Berbicara mengenai coffee shop tidak asing lagi pada era modern ini. Apalagi, saat munculnya film Filosofi Kopi pada tahun 2015 yang menceritakan tentang perjalanan karir seseorang untuk bertahan pada dunia kopi ini karena ia sangat cinta dan menaruh harapan hidupnya dibisnis kopi ini. Dari cerita film Filosofi Kopi menjadikan rasa ingin tahu orang terhadap kopi lebih meningkat dan semakin banyak para pelaku usaha yang ingin mencoba bisnis usaha coffee shop ini dan perkembangannya begitu pesat.

Saya sebagai penulis akhirnya tertarik untuk terjun didunia bisnis coffee shop ini dan saya beri nama SAUNX BAPA yang terletak di Jalan Gatot Subroto II no 16, Bajar Anyar, Kediri,Tabanan. Nama SAUNX diambil dari Bahasa Sunda dan Bahasa Bali yang terdiri saung adalah rumah atau tempat beristirahat yang berada ditengah hutan yang diambil dari Bahasa Sunda lalu G pada saung saya ubah menjadi X agar penulisan lebih modern dan Bapa yang berarti panggilan kepada anak laki-laki yang sudah mempunyai anak yang diambil dari Bahasa Bali. Jadi SAUNX BAPA merupakan tempat menongkrong yang berada ditengah hutan yang dimiliki oleh seorang laki laki, karena konsep dari SAUNX BAPA ini ingin membuat tempat menongkrong yang jauh dari suasana yang ramai dan orang yang membeli produk di SAUNX BAPA ini dapat menikmati produk yang dibeli dengan harga yang terjangkau dan suasana tenang.

BAB 2

BAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT

2.1 Produk

Proyek kewirausahaan akan berjalan ketika *coffee shop* SAUNX BAPA mempunyai produk untuk di jual kepada pasarnya agar mendapatkan keuntungan, beberapa hal yang harus dipertimbangkan oleh kami untuk memutuskan lahirnya suatu produk yaitu: kualitas produk dan harga.

a. Kualitas Produk

Pentingnya suatu produk yang berkualitas maka perusahaan berlomba-lomba meningkatkan produknya supaya laku dipasaran. Untarini (2014:112) mengemukakan kualitas produk artinya kemampuan dalam memuaskan kebutuhan pelanggan yang bergantung pada karakteristik produk atau jasa. Adapun indikator kualitas produk yang diidentifikasi dari Mamang dan Sopiha (2012:80) meliputi:

(1).Kinerja (2). Reliabilitas (3). Fitur (4). Keawetan (5)Konsistensi (6).Desain

b. Harga

Harga adalah semua nilai yang diberikan pelanggan untuk mempunyai atau menggunakan suatu produk atau jasa, dan untuk memuaskan keinginan pelanggan itu sendiri. Ada beberapa dimensi untuk mengukur harga seperti yang dikatakan oleh Kotler dan Armstrong (2016:278) yaitu:

(1) Keterjangkauan (2) Kesesuaian kualitas (3) Kesesuaian manfaat (4) Daya saing

Produk yang dimaksud pada proyek kewirausahaan ini berupa makanan dan minuman yang dijual secara offline di *coffee shop* SAUNX BAPA yang berlokasi di Tabanan. Jenis-jenis beberapa produk yang dijual *coffee shop* SAUNX BAPA antara lain seperti berikut:

2.2 Pasar

Segmentasi pasar adalah kegiatan yang membagi pasar menjadi suatu kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda.

1. Segmentasi Geografi

Segmentasi geografi dilakukan agar mendapatkan kepastian arah kemana dan dimana produk ini tepat untuk dijual. Segmentasi yang kami pilih adalah wilayah sekitaran Tabanan dan Kediri. Wilayah tersebut kami anggap strategis untuk dijangkau target pasar kami karena cukup dekat dengan beberapa kampus dan sekolah, misalnya Universitas Tabanan, SMA N 1 Kediri, SMK saraswati dan SMA N 2 Tabanan. Harapan kami, dengan adanya segmentasi geografi ini

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dapat meningkatkan penjualan produk.

2. Segmentasi Demografi

Segmentasi demografi mendapatkan pembagian konsumen menjadi beberapa kelompok, misalnya: umur, jenis kelamin dan pekerjaan dengan tujuan agar pasar yang akan ditargetkan lebih terspesifikasi.

- a. Pelajar SMP-SMA berumur 13-18 tahun (remaja) dan mahasiswa berumur 18-40 tahun (remaja-dewasa)
- b. Jenis kelamin target pasar kami yaitu laki-laki dan perempuan
- c. Pada kategori pekerjaan meliputi pelajar, mahasiswa, serta masyarakat umum lainnya.

3. Segmentasi Sosial Budaya

Segmentasi Sosial Budaya yang terbagi dalam beberapa kelompok yaitu tentang budaya cara hidup dan etnik. Pada kelompok kebudayaan hidup terdapat dua kelompok yaitu *Asian dan Western*. Selanjutnya etnik yang berpengaruh terhadap cara hidup pasar. Berdasarkan segmentasi sosial budaya, kami berusaha memenuhi kebutuhan pasar sesuai budaya yang ada, selain untuk mengkonsumsi produk kami, mereka juga gemar bersosialisasi di tempat yang nyaman dengan fasilitas yang memadai. Beberapa contoh fasilitas di *coffee shop SAUNX BAPA*:

- a. *Free WIFI*
- b. Banyaknya tempat buat ,mengisi daya hp/laptop
- c. Tempat duduk dan meja yang banyak

4. Segmen Pasar Sasaran dan Situasinya

a. Kebutuhan Pasar

Untuk menghindari pasar yang jenuh, bisnis kami hadir untuk menawarkan minuman dan makanan yang lebih berinovasi. Kami juga menyediakan tempat yang nyaman untuk bersantai atau pun mengerjakan tugas bagi pelajar dan mahasiswa, tentunya juga diimbangi dengan fasilitas memadai.

b. Tren Pasar

Mengonsumsi kopi menjadi tren masyarakat pada era *modern* ini. Selain untuk menghilangkan rasa ngantuk, mengonsumsi kopi juga membantu kita dalam memenuhi kebutuhan akan minuman yang sehat. Tidak hanya itu, masyarakat kini juga gemar untuk mengonsumsi minuman sembari mereka bersantai atau pun mengerjakan tugas di tempat yang nyaman dengan fasilitas memadai.

c. Pertumbuhan Pasar

Banyaknya *coffee shop* dari yang sekedar menggunakan gerobak atau pun membuka gerai, menunjukkan pertumbuhan pasar yang terus meningkat.

d. Tingkat dan Pola Persaingan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tingkat persaingan dalam usaha *coffee shop* sangat tinggi. Saat ini cukup mudah untuk menemukan *coffee shop* terlebih di daerah yang padat penduduk. Dengan harga cukup terjangkau dan fasilitas yang memadai, kami berharap dapat bersaing dengan kompetitor yang ada.

e. Pesaing Utama

Pesaing utama kami yaitu: Kedai Tangkil, M. Aboe Talib, dan Kopi Kultura

2.2 Analisis Peluang dan Ancaman

a. Peluang

Peluang dari *coffee shop* kami yaitu dapat memiliki pasar yang lebih luas karena harga yang kami tawarkan lebih ekonomis dari para pesaing dibidang yang sama dan didukungnya oleh generasi muda yang lebih banyak mengkonsumsi kopi sebagai tren masa kini.

b. Ancaman

Ancaman dari *coffee shop* kami pada produk yaitu saat harga bahan pokok naik itu menjadi suatu ancaman karena kami menawarkan harga yang jauh lebih murah dari pesaing selain itu ancaman lainnya seperti banyaknya pesaing sejenis, munculnya pesaing baru, dan kendala pada saat musim hujan karena tempat kami semi *outdoor*.

2.3 Analisis Kekuatan dan Kelemahan

a. Kekuatan

Kekuatan dari *coffee shop* kami yaitu harga yang kami tawarkan lebih ekonomis dari para pelaku usaha yang sama. Serta tempat yang kami sediakan nyaman dan santai sembari mengerjakan tugas ataupun *hangout* dengan teman.

b. Kelemahan

kelemahan dari *coffee shop* kami adalah brand yang belum terkenal dan masih baru sehingga konsumen belum banyak yang mengetahui *brand* tersebut. Selain itu ancaman pada produk kopi yang kami tawarkan, karena beberapa orang yang memiliki penyakit asam lambung tidak begitu tertarik pada produk kopi kami.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB 3

METODE PENGEMBANGAN PRODUK DAN MANAJEMEN USAHA

3.1 Ekplorasi Kreativitas

Coffee shop yang identik dengan menjual kopi saja, kami hadir untuk merubah konsep *coffee shop* yang awalnya hanya menjual kopi kini kami menghadirkan beberapa menu tambahan tidak selalu kopi yang ada di menu itu contoh menu yang kami buat berbahan dasar teh, susu, soda, dan alkohol, selain itu kami juga menambahkan makanan ringan dan berat di *coffee shop* yang kami buat. Tujuannya agar dapat memperluas pasar sebagai target konsumen kami.

3.2 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah aspek penting untuk mencapai tujuan pelaku usaha. Pemasaran secara lebih luas, yaitu: Pemasaran adalah Suatu proses sosial, dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan, dan mereka inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Tujuan dari manajemen pemasaran untuk meningkatkan pasar baru, keuntungan, membuat image yang baik dimata masyarakat, dan memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan.

4P yang diterapkan yaitu memberikan produk dengan bahan berkualitas, menyediakan tempat yang nyaman, memberikan harga yang terjangkau, dan memberikan hiburan acara untuk mempromosikan tempat.

3.3 Manajemen Operasi

Manajemen operasi merupakan manajemen yang merancang strategi dan menata kegiatan praktik perusahaan, perubahan dan pengawasan terhadap berbagai proses dengan cara seefisien mungkin. Persoalan ini meliputi bagaimana cara mengubah barang dan tenaga kerja dan jasa seefisien mungkin untuk mengoptimalkan. Penerapan system manajemen operasi pada *coffee shop* SAUNX BAPA adalah dengan menerapkan dengan mulai jam buka dari 08.00-23.00 yang buka setiap hari.

3.4 Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia dalam ensiklopedi bahasa indonesia adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. Sumber daya manusia juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan perusahaan atau lembaga. Pada hakikatnya, sumber daya manusia berupa manusia yang dipekerjakan disebuah organisasi atau lembaga sebagai penggerak untuk mencapai tujuan organisasi itu, Adapun fungsi dari manajemen sumber daya manusia di *coffee shop* SAUNX BAPA untuk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pemeliharaan, pengolahan, perencanaan, pelatihan, dan pengembangan sumber daya manusia. Penerepan yang kami lakukan dengan mengrekut barista.

3.5 Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan perilaku seseorang dalam mengatur suatu keuangan mereka dari sudut pandang psikologi dan kebiasaan individu. Manajemen keuangan bisa juga diartikan sebagai proses pengambilan suatu keputusan keuangan, harmonisasi motif individu dan tujuan perusahaan. Manajemen keuangan berkaitan dengan efektivitas manajemen dana, dimana arus dana harus diarahkan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Adapun indikator dalam variabel ini, yaitu jenis-jenis perencanaan dan anggaran keuangan yang dimiliki, teknik dalam menyusun perencanaan keuangan, kegiatan menabung, dan pengeluaran tidak terduga, kegiatan investasi, kredit/hutang, dan tagihan, monitoring pengelolaan keuangan, dan evaluasi pengelolaan keuangan.

3.6 Manajemen Perubahan dan Inovasi

Manajemen perubahan adalah bagaimana pengelolaan sumber daya untuk mencapai tujuan perusahaan dengan kinerja yang lebih baik. Manajemen inovasi adalah kombinasi dari suatu proses, hal ini akan mengacu pada pengembangan suatu produk agar tidak monoton, proses bisnis yang lebih maju, dan inovasi perusahaan. Manajemen perubahan dan manajemen inovasi merupakan pendekatan yang tersusun untuk memastikan apa sudah ada perubahan yang dilakukan secara keseluruhan dan dijalankan dengan lancar oleh perusahaan

BAB 4

PEMBAHASAN MANAJEMEN USAHA

4.1 Inovasi Produk

Inovasi merupakan pengenalan dan aplikasi yang disengaja dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi mengenai ide, proses, produk atau prosedur yang baru dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi, yang dirancang untuk menguntungkan pekerjaan, tim kerja atau organisasi tersebut. Pada awal proses, kreativitas mendominasi dan kemudian, akan didominasi oleh proses implementasi inovasi. Produk yang diperjualbelikan di SAUNX BAPA memiliki beberapa kelebihan rasa dari pada produk sebelumnya. Inovasi produk yang dikembangkan oleh SAUNX BAPA adalah coffee mocktail dimana kopi yang dahulu hanya dicampur dengan susu sekarang sudah dikembangkan dan dikemas dengan penyajian yang menarik serta rasa dari coffee mocktail ini bisa membuat para penikmatnya merasakan kesegaran yang terdapat pada minuman tersebut karena minuman tersebut dicampur dengan buah-buahan yang fresh dan pada menu tersebut dihias menggunakan garnis buah untuk menambah daya tarik dari produk tersebut.

4.2 Manajemen Pemasaran

Implementasi manajemen pemasaran pada coffee shop SAUNX BAPA menggunakan teknologi digital dan mulut ke mulut. Pada era ini saya sebagai pemilik SAUNX BAPA akan memanfaatkan segala sumber daya agar pemasaran dari *coffee shop* SAUNX BAPA bisa dimaksimalkan. SAUNX BAPA membuat akun seperti Instagram dan saya sebagai pemilik kerap mempromosikannya melalui social media pribadi saya seperti: Facebook, Instagram, dan Whatsapp. Selain itu saya mempromosikan *coffee shop* ini dengan mengadakan event-event dihari tertentu supaya orang-orang mengetahui *coffee shop* SAUNX BAPA ini. Contoh akun Instagram dan promosi dari SAUNX BAPA:

a. Instagram SAUNX BAPA

b. Event BAPAcoustic

Tujuan event ini untuk memperkenalkan tempat ini kepada kalangan anak muda dengan cara membuat acara music

c. Tabanan V60 Challenge

Tujuan event ini untuk mengetahui skill barista dengan membuat event lomba kopi manual (V60)

d. SAUNX BAPA Saturday

Tujuan event ini untuk memperkenalkan tempat ini kepada kalangan anak muda dengan cara membuat acara music

e. BBQ PARTY

Tujuan dari event ini untuk menjangkau pasar baru, dengan begitu SAUNX BAPA berkolaborasi dengan ASAP UBUD

f. ANNIVERSARY SAUNX BAPA

Tujuan event ini adalah merayakan ulang tahun SAUNX BAPA yang pertama dan merayakannya kepada pengunjung yang datang

Dengan dibuatnya event-event tersebut, harapan saya sebagai pemilik saunx bapa bisa menambah pasar yang baru serta bisa mempromosikan tempat ini ke pasar yang luas.

Pada strategi 4P yang meliputi: *place, product, price and promotion* SAUNX BAPA sudah diimplementasikan pada akun Instagram. Kendala yang dialami SAUNX BAPA (1) sulitnya mencari daya tarik konsumen dikarenakan banyaknya *coffee shop* pesaing di daerah Tabanan (2) penjualan produk tidak sesuai target. Pada masalah yang dialami tetapi SAUNX BAPA memiliki jalan keluar dengan membuat inovasi produk

4.3 Manajemen Produksi

Manajemen produksi pada SAUNX BAPA menggunakan Teknik produk sintetis, yakni penggabungan beberapa bahan baku yang dibeli dari supplier, lalu bahan baku tersebut dimix untuk menjadi suatu produk untuk diperjualbelikan. Proses pengolahan bahan tersebut ada yang menggunakan mesin ada yang manual jika membuat kopi tentu melibatkan mesin untuk memproses bahan baku tersebut. Pada setiap proses pasti ada saja kendala yang ditemui apalagi pada mesin kopi, beberapa kendala yang ditemui seperti mesinnya macet. Namun kendala itu masih bisa ditangani agar proses pembuatan produk tetap berjalan karena kami mempunyai mesin manual cadangan untuk proses pembuatan kopi. Jadi semua kendala bisa diatasi dengan cara :

1. Menyiapkan semua bahan yang perlu menggunakan mesin pada malam hari sebelumnya
2. Jika mesin grinder kopi tidak berfungsi kita membeli bahan baku kopi yang sudah digiling
3. Merawat mesin-mesin setiap 1 minggu sekali dengan cara membersihkan mesin agar tidak ada kerak yang mengganggu mesin

4.4 Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah suatu kegiatan aktivitas untuk mencapai keberhasilan perusahaan agar mencapai tujuan dan berbagai sasarannya serta kemampuannya dalam menghadapi berbagai tantangan yang ditemukan, baik eksternal maupun internal. Dalam perusahaan untuk mencapai tujuan demi keberhasilan suatu perusahaan itu sendiri perlu adanya manajemen sumber daya manusia karena dengan adanya sumber daya manusia yang baik, tentunya dapat meminimalisir tantangan yang ada pada perusahaan itu sendiri, baik tantangan dari luar maupun tantangan dari dalam perusahaan. Kedua tantangan tersebut pasti akan dihadapi oleh perusahaan dan tidak dapat dihindari. Selain untuk menghadapi tantangan. Sumber daya manusia juga diharapkan bisa menciptakan produktivitas dan rasa tanggung

jawab pada perusahaan tersebut agar mencapai suatu target yang sudah ditetapkan perusahaan.

4.5 Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan menjadi hal yang paling penting dalam menjalankan suatu usaha. Mengapa bisa dibilang penting karena manajemen keuangan mempunyai peran yang penting untuk sebuah modal usaha, modal usaha dari SAUNX BAPA ini didapat dari hasil tabungan dan pinjaman dari Bank. Manajemen keuangan dalam SAUNX BAPA dibagi menjadi beberapa bagian yaitu :

Tabel 4.1 Biaya Investasi Saunx Bapa

| A. Biaya Investasi | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|
| KOMPONEN | HARGA | JUMLAH | TOTAL |
| Pendirian toko | Rp 70.000.000 | 1 | Rp 80.000.000 |
| Mesin Espresso Breville BES840 automatic | Rp 14.800.000 | 1 | Rp 14.800.000 |
| Mesin manual Manuso | Rp 4.500.000 | 1 | Rp 4.500.000 |
| Grinder N600 | Rp 2.350.000 | 1 | Rp 2.350.000 |
| Set paket seduh V60 (dripper, server, kettle) | Rp 800.000 | 1 | Rp 800.000 |
| Set paket BAR (shaker, jigger, muddler, mixing spoon, strainer) | Rp 400.000 | 2 | Rp 800.000 |
| Cup sealer | Rp 900.000 | 1 | Rp 900.000 |
| Kettle electric | Rp 250.000 | 2 | Rp 500.000 |
| Kipas angin | Rp 300.000 | 1 | Rp 300.000 |
| Freezer 100 liter | Rp 1.820.000 | 1 | Rp 1.820.000 |
| Kulkas | Rp 2.700.000 | 1 | Rp 2.700.000 |
| Sound | Rp 800.000 | 1 | Rp 800.000 |
| Kompur gas | Rp 380.000 | 1 | Rp 380.000 |
| Gas | Rp 340.000 | 2 | Rp 680.000 |
| Set alat masak | Rp 1.800.000 | 1 | Rp 1.800.000 |
| Piring hitam | Rp 200.000 | 2 | Rp 400.000 |
| Mangkok | Rp 150.000 | 1 | Rp 150.000 |
| Piring kecil | Rp 200.000 | 2 | Rp 400.000 |
| Piring putih | Rp 300.000 | 1 | Rp 300.000 |
| Gelas duralex | Rp 150.000 | 2 | Rp 300.000 |
| Gelas mocktail | Rp 160.000 | 1 | Rp 160.000 |
| Cangkir | Rp 200.000 | 1 | Rp 200.000 |
| Sendok & Garpu | Rp 100.000 | 3 | Rp 300.000 |

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

| | | | |
|--------------------------|------------|----|-----------------------|
| Magic com | Rp 400.000 | 1 | Rp 400.000 |
| Kursi | Rp 30.000 | 30 | Rp 900.000 |
| Meja kayu | Rp 250.000 | 3 | Rp 750.000 |
| Meja panjang buat barang | Rp 400.000 | 2 | Rp 800.000 |
| Sub total | | | Rp 118.190.000 |

Biaya investasi adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli sebuah peralatan untuk mempermudah suatu proses produksi dalam waktu jangka panjang, total dari biaya Rp 118.190.000

Tabel 4.2 biaya Modal Kerja Bulan Agustus

| B. Biaya Modal | | | |
|--|--------------|---------------|---------------------|
| KOMPONEN | HARGA | JUMLAH | TOTAL |
| BIAYA MODAL KERJA BULAN AGUSTUS | | | |
| Kopi | Rp 90.000 | 6 | Rp 540.000 |
| Cup sablon | Rp 1.000 | 500 | Rp 500.000 |
| Platik sealer | Rp 80.000 | 1 | Rp 80.000 |
| Cup kertas | Rp 800 | 200 | Rp 160.000 |
| Gula | Rp 12.000 | 10 | Rp 120.000 |
| Sirup leci | Rp 120.000 | 1 | Rp 120.000 |
| Sirup vanilla | Rp 120.000 | 1 | Rp 120.000 |
| Sirup caramel | Rp 120.000 | 1 | Rp 120.000 |
| Sirup markisa | Rp 120.000 | 1 | Rp 120.000 |
| Bubuk taro | Rp 130.000 | 1 | Rp 130.000 |
| Bubuk coklat | Rp 130.000 | 1 | Rp 130.000 |
| Bubuk redvelvet | Rp 130.000 | 1 | Rp 130.000 |
| Bubuk tiramisu | Rp 130.000 | 1 | Rp 130.000 |
| Bubuk matcha | Rp 150.000 | 1 | Rp 150.000 |
| Susu freshmilk | Rp 200.000 | 3 | Rp 600.000 |
| Susu kental manis | Rp 12.000 | 30 | Rp 360.000 |
| Lemon juice | Rp 180.000 | 2 | Rp 360.000 |
| Biji selasih | Rp 15.000 | 2 | Rp 30.000 |
| Soda | Rp 10.000 | 10 | Rp 100.000 |
| Beras | Rp 65.000 | 1 | Rp 65.000 |
| Kentang | Rp 30.000 | 10 | Rp 300.000 |
| Ayam | Rp 45.000 | 4 | Rp 180.000 |
| Mie | Rp 112.000 | 2 | Rp 224.000 |
| Sayur dan bumbu | Rp 200.000 | 1 | Rp 200.000 |
| Plastik | Rp 50.000 | 1 | Rp 50.000 |
| Total | | | Rp 5.019.000 |

Tabel 4.3 biaya Modal Kerja Bulan September

| B. Biaya Modal | | | |
|--|--------------|---------------|---------------------|
| KOMPONEN | HARGA | JUMLAH | TOTAL |
| BIAYA MODAL KERJA BULAN SEPTEMBER | | | |
| Kopi | Rp 90.000 | 5 | Rp 450.000 |
| Cup sablon | Rp 1.000 | 500 | Rp 500.000 |
| Platik sealer | Rp 80.000 | 1 | Rp 80.000 |
| Cup kertas | Rp 800 | 200 | Rp 160.000 |
| Gula | Rp 12.000 | 10 | Rp 120.000 |
| Sirup caramel | Rp 120.000 | 1 | Rp 120.000 |
| Sirup markisa | Rp 120.000 | 1 | Rp 120.000 |
| Bubuk taro | Rp 130.000 | 1 | Rp 130.000 |
| Bubuk coklat | Rp 130.000 | 1 | Rp 130.000 |
| Bubuk redvelvet | Rp 130.000 | 1 | Rp 130.000 |
| Susu freshmilk | Rp 200.000 | 4 | Rp 800.000 |
| Susu kental manis | Rp 12.000 | 40 | Rp 480.000 |
| Lemon juice | Rp 180.000 | 2 | Rp 360.000 |
| Biji selasih | Rp 15.000 | 2 | Rp 30.000 |
| Soda | Rp 10.000 | 8 | Rp 80.000 |
| Beras | Rp 65.000 | 1 | Rp 65.000 |
| Kentang | Rp 30.000 | 8 | Rp 240.000 |
| Ayam | Rp 45.000 | 4 | Rp 180.000 |
| Sayur dan bumbu | Rp 200.000 | 1 | Rp 200.000 |
| Arak | Rp 750.000 | 1 | Rp 750.000 |
| Total | | | Rp 4.409.000 |

Tabel 4.4 biaya Modal Kerja Bulan Oktober

| B. Biaya Modal | | | |
|--|--------------|---------------|---------------------|
| KOMPONEN | HARGA | JUMLAH | TOTAL |
| BIAYA MODAL KERJA BULAN AGUSTUS | | | |
| Kopi | Rp 90.000 | 6 | Rp 540.000 |
| Cup sablon | Rp 1.000 | 500 | Rp 500.000 |
| Platik sealer | Rp 80.000 | 1 | Rp 80.000 |
| Cup kertas | Rp 800 | 200 | Rp 160.000 |
| Gula | Rp 12.000 | 10 | Rp 120.000 |
| Sirup leci | Rp 120.000 | 1 | Rp 120.000 |
| Sirup vanilla | Rp 120.000 | 1 | Rp 120.000 |
| Sirup caramel | Rp 120.000 | 1 | Rp 120.000 |
| Sirup markisa | Rp 120.000 | 1 | Rp 120.000 |
| Bubuk redvelvet | Rp 130.000 | 1 | Rp 130.000 |
| Bubuk tiramisu | Rp 130.000 | 1 | Rp 130.000 |
| Bubuk matcha | Rp 150.000 | 1 | Rp 150.000 |
| Susu freshmilk | Rp 200.000 | 3 | Rp 600.000 |
| Susu kental manis | Rp 12.000 | 25 | Rp 300.000 |
| Lemon juice | Rp 180.000 | 2 | Rp 360.000 |
| Biji selasih | Rp 15.000 | 2 | Rp 30.000 |
| Soda | Rp 10.000 | 10 | Rp 100.000 |
| Beras | Rp 65.000 | 1 | Rp 65.000 |
| Kentang | Rp 30.000 | 8 | Rp 240.000 |
| Ayam | Rp 45.000 | 4 | Rp 180.000 |
| Mie | Rp 112.000 | 2 | Rp 224.000 |
| Sayur dan bumbu | Rp 200.000 | 1 | Rp 200.000 |
| Plastik | Rp 50.000 | 1 | Rp 50.000 |
| Arak | Rp 750.000 | 2 | Rp 1.500.000 |
| Total | | | Rp 5.977.000 |

Keterangan

Modal awal pada bulan Agustus yaitu Rp 5.019.000 tetapi karena masih ada stok barang yang sisa pada bulan Agustus, jadi modal awal pada bulan September jadi berkurang tetapi disana ada tambahan produk jadi modal awal pada bulan September yaitu Rp 4.409.000, lalu pada bulan Oktober ada penambahan modal karena stok barang sedikit jadi modal awal pada bulan Oktober yaitu Rp 5.977.000 jadi total pembelian modal awal adalah Rp 15.405.000

Penjualan selama 3 bulan dari bulan Agustus, September, dan Oktober

Tabel 4.5 Penjualan Bulan Agustus

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

| TANGGAL | PENDAPATAN PENJUALAN |
|------------------|----------------------|
| 1 Agustus 2021 | Rp 1.300.000 |
| 2 Agustus 2021 | Rp 700.000 |
| 3 Agustus 2021 | Rp 700.000 |
| 4 Agustus 2021 | Rp 400.000 |
| 5 Agustus 2021 | Rp 550.000 |
| 6 Agustus 2021 | Rp 500.000 |
| 7 Agustus 2021 | Rp 400.000 |
| 8 Agustus 2021 | Rp 400.000 |
| 9 Agustus 2021 | Rp 500.000 |
| 10 Agustus 2021 | Rp 600.000 |
| 11 Agustus 2021 | Rp 850.000 |
| 12 Agustus 2021 | Rp 500.000 |
| 13 Agustus 2021 | Rp 300.000 |
| 14 Agustus 2021 | Rp 400.000 |
| 15 Agustus 2021 | Rp 300.000 |
| 16 Agustus 2021 | Rp 300.000 |
| 17 Agustus 2021 | Rp 550.000 |
| 18 Agustus 2021 | Rp 400.000 |
| 19 Agustus 2021 | Rp 450.000 |
| 20 Agustus 2021 | Rp 400.000 |
| 21 Agustus 2021 | Rp 300.000 |
| 22 Agustus 2021 | Rp 300.000 |
| 23 Agustus 2021 | Rp 500.000 |
| 24 Agustus 2021 | Rp 400.000 |
| 25 Agustus 2021 | Rp 400.000 |
| 26 Agustus 2021 | Rp 400.000 |
| 27 Agustus 2021 | Rp 250.000 |
| 28 Agustus 2021 | Rp 350.000 |
| 29 Agustus 2021 | Rp 550.000 |
| 30 Agustus 2021 | Rp 200.000 |
| 31 Agustus 2021 | Rp 300.000 |
| Total Pendapatan | Rp 14.450.000 |

Tabel 4.6 Penjualan Bulan September

| TANGGAL | PENDAPATAN PENJUALAN |
|-------------------|----------------------|
| 1 September 2021 | Rp 600.000 |
| 2 September 2021 | Rp 400.000 |
| 3 September 2021 | Rp 600.000 |
| 4 September 2021 | Rp 500.000 |
| 5 September 2021 | Rp 500.000 |
| 6 September 2021 | Rp 500.000 |
| 7 September 2021 | Rp 300.000 |
| 8 September 2021 | Rp 300.000 |
| 9 September 2021 | Rp 400.000 |
| 10 September 2021 | Rp 200.000 |
| 11 September 2021 | Rp 400.000 |
| 12 September 2021 | Rp 550.000 |
| 13 September 2021 | Rp 400.000 |
| 14 September 2021 | Rp 400.000 |
| 15 September 2021 | Rp 700.000 |
| 16 September 2021 | Rp 600.000 |
| 17 September 2021 | Rp 300.000 |
| 18 September 2021 | Rp 400.000 |
| 19 September 2021 | Rp 500.000 |
| 20 September 2021 | Rp 500.000 |
| 21 September 2021 | Rp 650.000 |
| 22 September 2021 | Rp 650.000 |
| 23 September 2021 | Rp 500.000 |
| 24 September 2021 | Rp 500.000 |
| 25 September 2021 | Rp 1.500.000 |
| 26 September 2021 | Rp 700.000 |
| 27 September 2021 | Rp 400.000 |
| 28 September 2021 | Rp 400.000 |
| 29 September 2021 | Rp 600.000 |
| 30 September 2021 | Rp 500.000 |
| 31 September 2021 | Rp 500.000 |
| Total Pendapatan | Rp 15.950.000 |

Tabel 4.7 Penjualan Bulan Oktober

| TANGGAL | PENDAPATAN PENJUALAN |
|-------------------------|----------------------|
| 1 Oktober 2021 | Rp 400.000 |
| 2 Oktober 2021 | Rp 800.000 |
| 3 Oktober 2021 | Rp 500.000 |
| 4 Oktober 2021 | Rp 400.000 |
| 5 Oktober 2021 | Rp 400.000 |
| 6 Oktober 2021 | Rp 300.000 |
| 7 Oktober 2021 | Rp 700.000 |
| 8 Oktober 2021 | Rp 800.000 |
| 9 Oktober 2021 | Rp 700.000 |
| 10 Oktober 2021 | Rp 2.300.000 |
| 11 Oktober 2021 | Rp 700.000 |
| 12 Oktober 2021 | Rp 600.000 |
| 13 Oktober 2021 | Rp 400.000 |
| 14 Oktober 2021 | Rp 400.000 |
| 15 Oktober 2021 | Rp 500.000 |
| 16 Oktober 2021 | Rp 350.000 |
| 17 Oktober 2021 | Rp 500.000 |
| 18 Oktober 2021 | Rp 450.000 |
| 19 Oktober 2021 | Rp 450.000 |
| 20 Oktober 2021 | Rp 450.000 |
| 21 Oktober 2021 | Rp 400.000 |
| 22 Oktober 2021 | Rp 700.000 |
| 23 Oktober 2021 | Rp 800.000 |
| 24 Oktober 2021 | Rp 700.000 |
| 25 Oktober 2021 | Rp 500.000 |
| 26 Oktober 2021 | Rp 500.000 |
| 27 Oktober 2021 | Rp 500.000 |
| 28 Oktober 2021 | Rp 400.000 |
| 29 Oktober 2021 | Rp 700.000 |
| 30 Oktober 2021 | Rp 500.000 |
| Total Pendapatan | Rp 17.800.000 |

Tabel 4.8 Laporan Arus Kas

| | | |
|--|---------------|----------------------|
| Aktivitas operasional | | |
| Penerimaan kas dari : | | |
| Penjualan produk | Rp 48.200.000 | |
| Pengeluaran biaya operasional | | |
| Bulan Agustus : | | |
| Biaya listrik | Rp 800.000 | |
| Biaya karyawan | Rp 4.500.000 | |
| Biaya bahan bakar | Rp 50.000 | |
| Bulan September : | | |
| Biaya listrik | Rp 800.000 | |
| Biaya Karyawan | Rp 4.500.000 | |
| Biaya bahan bakar | Rp 30.000 | |
| Bulan Oktober : | | |
| Biaya listrik | Rp 800.000 | |
| Biaya Karyawan | Rp 4.500.000 | |
| Biaya bahan bakar | Rp 70.000 | |
| | Rp 16.050.000 | |
| Kas yang diterima dari aktivitas operasional | | Rp 32.150.000 |

Berikut adalah laporan Laba Rugi bulan Agustus-Oktober :

| | | |
|--|---------------|----------------------|
| Laporan Laba Rugi Per 30 Oktober 2021 | | |
| Penjualan | | Rp 48.200.000 |
| Hpp | | |
| Persediaan awal | Rp 0 | |
| Pembelian | Rp 15.405.000 | |
| | | |
| Persediaan akhir (oktober) | Rp 5.977.000 | |
| | | Rp 9.428.000 |
| Laba bersih | | Rp 38.772.000 |

4.1 Manajemen Perubahan dan Inovasi

Perubahan dan inovasi kemungkinan akan dikembangkan oleh SAUNX BAPA agar mendapatkan suatu target yang dicapai untuk kedepannya adalah perubahan dalam hal produk dan kemasan agar tidak monoton begitu saja supaya dapat menarik daya tarik dari konsumen

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dan lebih bisa menguasai pasar di daerah Tabanan. Selain itu kami juga ingin menerima acara-acara kecil seperti ulang tahun untuk kedepannya.



BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Proyek kewirausahaan yang dijalankan dalam bidang coffee shop ini telah memberikan suatu pengalaman dalam berwirausaha dimana dalam berwirausaha tidaklah begitu mudah dan harus banyak diperhatikan dalam beberapa hal agar proyek usaha yang kita jalankan bisa sesuai dengan target yang kita inginkan. Berdasarkan aktivitas yang telah saya lakukan selama membuka usaha coffee shop ini, saya dapat menerapkan ilmu yang saya peroleh untuk mengembangkan usaha ini melalui sistem ATM . Pada kesempatan ini saya sebagai penulis dapat mengimplementasikan ilmu sewaktu saya mendapat mata kuliah kewirausahaan dan ilmu itu saya terapkan dengan baik pada bisnis saya ini.

5.2 Saran

Sebagai penulis saran saya ajika anda ingin membuka suatu usaha apalagi dibidang *coffee shop* yang paling penting adalah tentukan dulu target pasar seperti apa yang kalian inginkan lalu kalian menentukan HPP dari suatu produk yang ingin anda tawarkan kepada konsumen, seperti yang saya ketahui tempat menjadi tujuan utama konsumen untuk dating ketempat anda jadi saran saya perbanyak mencari refrensi tempat *coffee shop* agar anda bisa menentukan konsep coffee shop yang kalian akan buka. Tidak lupa juga saran saya pertimbangkan modal anda karena perubahan bisa terjadi kapan saja

DAFTAR PUSTAKA

- Aulya, D., & Zinaida, R. S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Z Coffee Shop Palembang dalam Upaya Menciptakan Brand Awareness. ... *Dan Konseling* ..., 4, 4659–4666.
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/6204%0Ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/download/6204/4637>
- Bintang, N., Narundana, V. T., Si, M., Ekonomi, F., & Lampung, U. B. (2022). *Analisis Strategi Bisnis Kopi Tune Up Untuk Meningkatkan Penjualan*. 1(10), 1967–1980.
- Efendy, L. A. surya, Lapijan, J., & Soepeno, D. (2022). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Nomad Coffee Shop. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 135. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39537>
- Emillio Reggy Sanggra Djorgh, Erry Sunarya, N. N. (2022). *Formulating blue ocean strategy in an effort to win business competition (study on sukabumi barn coffee)*. 6, 281–288.
- Foedinatha, B., & Hartanto, D. D. (2022). Perancangan Aplikasi sebagai Wadah Penggemar Kopi di Indonesia. *Nirmana*, 21(1), 38–53. <https://doi.org/10.9744/nirmana.21.1.38-53>
- Gunawan, C. B., & Syahputra, S. (2020). Analisis perbandingan pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan coffee shop di Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 51–62. <https://doi.org/10.28932/jmm.v20i1.2935>
- Putra, D. R., & Prasetyawati, Y. R. (2021). PENGARUH GREEN PRODUCT TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN MELALUI GREEN ADVERTISING (Studi Terhadap Konsumen Starbucks). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 69–74.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.69-74>