

Kedai Kopi Modern (Perancangan Bisnis Kedai Kopi)

Agung Wijoyo¹, Fathul Ghina², Reza Alif Anugrah³, Dwi Nur Febriyanto⁴, Munandar⁵

Jurusan Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Tangerang

Email: ^{1*}Dosen01671@unpam.ac.id, ^{2*}Fathul010299@gmail.com, ^{3*}Rezaalifanugrah01@gmail.com,
^{4*}Dwinurfebriyanto@gmail.com, ^{5*}Dentnandar@gmail.com

Abstrak— Perencanaan usaha ini yang berjudul kedai kopi modern. Tujuan utama perencanaan usaha ini adalah untuk membuka peluang usaha yang besar dengan pekerja untuk berkreasi semaksimal mungkin dan memberikan sajian kopi yang berkualitas serta memanfaatkan kopi hasil produksi petani kopi yang ada di Indonesia yang dimana sangat berlimpah dan beraneka ragam jenis-jenisnya. Dengan harga yang terjangkau dikalangan milenial, karena untuk saat ini para penikmat kopi lebih dominan dikalangan milenial dan kalangan pelajar, sebelum membuka usaha kedai kopi kita harus meng survei tempat atau lokasi yang akan kita buka nantinya supaya tidak salah lokasi dan tidak merugikan pengusaha dalam jangka panjang, untuk kenyamanan pelanggan kedai kopi ini akan di bangun dengan tema yang modern seperti adanya fasilitas yang mempunyi yaitu seperti Wifi, tempat parkir yang cukup, dan adanya ruangan ber AC dan bersih sehingga para pelangga tidak meragukan menu makanan dan minuman yang akan dijual. Dari sudut pandang pengusaha kedai kopi sebagian besar yaitu untuk pusat bersosialisasi yang menyediakan tempat untuk berkumpul, membaca dan menghibur satu sama lain dalam berkelompok sosial tersebut, selain mejual kopi kedai kopi modern juga menjual berbagai makanan dan minuman seperti martabak, roti bakar, jus, mie, gorengan dan minuman dingin

Kata Kunci: Biji Kopi, Kedai Kopi, Modern, Milenial

Abstract— *This business plan is entitled modern coffee shop. The main purpose of this business planning is to open up great business opportunities with workers to be as creative as possible and provide quality coffee offerings and utilize coffee produced by coffee farmers in Indonesia which is very abundant and diverse in its types. with affordable prices among millennials, because for now coffee lovers are more dominant among millennials and students, before opening a coffee shop business we must survey the coffee lovers who are dominant among millennials and students. With affordable prices among millennials, because for now coffee lovers are more dominant among millennials and students, before opening a coffee shop business we must survey the place or location that we will open later so that it is not misplaced and does not harm entrepreneurs in the long run, for the convenience of customers this coffee shop will be built with a modern theme such as the existence of adequate facilities such as Wifi, sufficient parking space, and an air-conditioned and clean room so that customers do not doubt the food and beverage menu that will be sold. From the point of view of entrepreneurs, coffee shops are mostly for socializing centers that provide a place to gather, read and entertain each other in these social groups, besides selling coffee, modern coffee shops also sell various foods and drinks such as martabak, toast, juice, noodles, fried foods and cold drinks.*

Keywords: *Coffee Beans, Coffee Shop, Modern, Millennial*

1. PENDAHULUAN

Dengan adanya kedai kopi modern ini diharapkan untuk pecinta kopi dapat menikmati kopi dengan kualitas sangat baik di karenakan kopi yang kami ambil dari petani asli, kami berusaha untuk memberikan harga yang murah dari kedai kopi yang lainnya, dengan di lihat dari kondisi tempat di daerah kami dengan jarang nya kedai kopi yang tersedia oleh sebab itu kami merencanakan untuk membuat kedai kopi tersebut di daerah kami selain untuk pecinta kopi juga untuk masyarakat setempat agar dapat bersantai sejenak di kedai kopi kami, dan selain itu juga alasan membuat rancangan kedai kopi ini di karenakan kami para penulis sangat menikmati dan menyukai rasa kopi yang beraneka ragam (Irwanti, 2017).

Keragaman rasa kopi itulah yang menciptakan untuk membangun bisnis dan sebagai ruang public bagi seluruh pecinta kopi dan masyarakat di daerah tersebut (Igiasi, 2017), selain tempat kopi kedai kopi modern tersebut juga sebagai sarana tongkrongan anak muda dan di sediakan tempat musik langsung yang di harapkan agar anak muda tersebut dapat menyumbang lagu apabila tidak ada maka kami menyedian para penyanyi yang tidak kalah merdu dengan para artis terkenal (Maryani et al., 2020).

Kedai kopi modern kami ada dua jenis kadar penjualan kopi yaitu kadar kafein kopi arabika yang dimana kopi tersebut di ambil dari daerah Toraja Utara dengan kadar kafein rendah dan ada juga kadar kafein yang tinggi yang di ambil dengan kematangan yang sangat baik di ambil dari daerah toraja juga (Latunra et al., 2021)

Untuk fasilitas kedai kopi modern menyediakan tempat berAC, pengecasan, tempat merokok dan tidak merokok, untuk tempat meroko termasuk wifi gratis disekeliling kedai(Sativa et al., 2014)..kopi modern kami menyediakan tempat di luar dengan fasilitas dekat pohon agar dapat membawa kesejukan dan kenyamanan bagi perokok sehingga pengunjung lebih betah berlama lama di kedai kopi modern kami(Suryani & Kristiyani, 2021)

2. METODOLOGI PENELITIAN

Agar berjalannya bisnis kedai untuk itu penulis membuat rancangan pembuatan kedai kopi modern dengan membuat rumusan biaya yang akan di keluarkan

2.1 pengeluaran biaya kedai kopi modern

Gaji 3 karyawan	Rp. 5.400.000
Sewa tanah per tahun	Rp. 5.000.000
Wifi	Rp. 1.400.000
Peralatan bahan dapur	Rp. 3.000.000
Pembelian bahan-bahan	Rp. 10.000.000
Listrik	Rp. 1.000.000
Total pengeluaran	Rp. 25.800.000

Untuk pengeluaran modal sementara akan memakan sekitar Rp.25.800.000 untuk modal awal selanjutnya perkiraan modal akan memakan sekitar Rp.12.500.000 di karenakan untuk kedepannya penulis hanya memikirkan biaya karyawan, pembelian bahan-bahan, listrik dan wifi(Fauzi, 2019).

2.2. Menu dan Harga makanan kedai kopi modern

Kopi kafein rendah	Rp. 15.000
Kopi kafein tinggi	Rp. 20.000
Martabak keju,coklat	Rp. 20.000
Mie rebus / goreng	Rp. 15.000
Roti bakar	Rp. 12.000
Semua Jus	Rp. 10.000
Nasi goreng	Rp.15.000
Semua minuman dingin	Rp.10.000
Surabi	Rp. 10.000
Kapucino	Rp.10.000
Teh	Rp.5.000
Kopi espresso	Rp.10.000

Perkiraan pengunjung setiap hari yang akan datang sekitar 20 orang di karenakan tempat tersebut yang dapat di bilang ramai sekali dan dekat dengan jalan raya.

2.3 Perkiraan pendapatan perbulan

$$137.000 \times 20 = 2.740.000 \text{ (per hari)}$$

$$2.740.000 \times 30 = 82.200.000 \text{ (per bulan)}$$

Perhitungan tersebut dikarenakan banyaknya orang dan dekat dengan pasar malam kemungkinan besar akan menghasilkan pendapatan seperti di atas karena penulis merancang pembukaan kedai dari jam 08:00 – 22:00.

2.4 Posisi tempat yang akan di buat



Gambar 1. Posisi

Dari denah tersebut penulis merencanakan tempat seperti gambar di atas dimana ada dua bagian yang terbagi yaitu untuk pengunjung perokok dan tidak perokok, bagi pengunjung perokok akan berada di luar dengan tempat yang di buat nyaman mungkin dan dekat dengan pohon dan masih terjangkau jaringan wifi sehingga pengunjung perokok tidak khawatir untuk bersantai dan berselancar dengan aman (Budiharjono & Fahmi, 2020)

2.5 Logo



Gambar 2. logo

Dari logo di atas dapat di artikan bahwa rumah merupakan tempat yang paling nyaman untuk kita tinggal dan lambang kopi itu tersendiri adalah dengan hanya segelas kopi membuat kita tenang dan nyaman, cita rasa yang beragam kehangatan dan kenyamanan yang membuat kita berasa tentram

inti dari logo tersebut kedai kopi modern ada tempat ternyaman untuk bersantai dan bebas untuk berekspresi mulai dari kalangan muda maupun tua, tidak hanya untuk mencari keuntungan, kehangatan dan keharmonisan satu sama lain adalah tujuan dari kedai kopi modern (Isa Mulyadi & Zuhri, 2020)

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Dari pembuatan rancangan di atas penulis dapat menuliskan beberapa ancaman, kelemahannya yang akan terjadi pada kedai kopi modern (As'ad & Mulyo Aji, 2020).

3.1 SWOT

1. Kekuatan
 - a. Harga jual yang menguntungkan
 - b. Kami mengolah bahan baku yang mudah ditemukan
 - c. Mudah diangkut dan dikemas dengan nyaman
 - d. Konsep kafanya menarik dan modern
 - e. Ada fasilitas lengkap seperti (Wi-Fi, toilet, mushola dan parkir kendaraan)
 - f. Metode pembayaran bisa tunai dan tunai
2. Kelemahan
 - a. Sebuah. Metode periklanan yang tidak memadai, terutama untuk kedai kopi yang baru dibuka
 - b. Beriklan di media sosial yang terbatas (misalnya followers yang masih relatif sedikit dan belum memiliki jangkauan yang luas)
 - c. Banyak pesaing lain yang lebih kuat
3. Peluang
 - a. Menciptakan produk kopi baru Pendekatan dengan pelanggan
 - b. Menarik konsumen baru melalui penawaran produk
 - c. Menanggapi masukan dari jasa pesan antar (mis. di aplikasi gofood)
 - d. Cabang kafe dibuka di lokasi strategis
4. Ancaman
 - a. Harga komoditas seringkali tidak stabil
 - b. Tingginya kompetitor kedai kopi yang tinggi
 - c. Peringkat ketidakpuasan konsumen yang buruk

3.2 Pengidentifikasian bisnis yang berjalan pada kedai kopi modern sebagai berikut

- a. Identifikasi Rancangan tempat yang di dirikan sangat stategis berhadapan dengan pasar malam
- b. Identifikasi fasilitas yang di berikan cukup nyaman bagi pengunjung untuk bersantai dengan meminum kopi dan cemilan yang tersedia pada kedai kopi modern
- c. Identifikasi rencana penyebaran informasi atas keberadaan kedai kopi modern dengan membuat spanduk yang mencolok di samping jalan agar pengunjung atau pelanggan dapat tertarik
- d. Identifikasi pelayanan akan mengutamakan perilaku yang sangat bersahabat bagi palanggan
- e. Identifikasi menu yang banyak tidak memudahkan pelanggan merasa bosan
- f. Identifikasi harga menu yang cukup terjangkau dengan porsi yang sangat banyak
- g. Identifikasi untuk pelanggan tidak ada batasan semua umur boleh berkunjung

- h. Identifikasi dengan mengutamakan wifi gratis akan memberikan pelanggan merasa betah di kedai kopi modern

Dari rancangan tersebut di pastikan kedai kopi modern akan membuat kemajuan yang pesat dan juga pelanggan akan merasa ketagihan datang ke kedai tersebut, terutama untuk para pemuda di hari malam minggu di pastikan akan banyak yang berkunjung selain tempat bagus juga strategi yang kuat (Irwanti, 2017)

4. KESIMPULAN

Kedai kopi modern merupakan kedai yang mengutamakan persaudaraan dan kenyamanan dan tidak hanya berfokus pada keuntungan saja akan tetapi keharmonisan dalam bermasyarakat juga sangat perlu, apalagi dalam kalangan anak muda dengan prinsip tersebut kedai kopi modern di pastikan akan maju dan ramai akan pelanggan, berbisnis tidak hanya tentang uang namun persaudaraan lebih penting dari sekedar keuntungan, dengan beraneka ragam manusia akan memberika pengalaman baru, sama seperti halnya kopi dengan beragam rasa akan memberikan rasa yang baru juga

REFERENCES

- As'ad, M. H., & Mulyo Aji, J. M. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Kedai Kopi Modern Di Bondowoso. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 13(2), 182. <https://doi.org/10.19184/jsep.v13i2.16441>
- Budiharjono, K., & Fahmi, W. M. (2020). STRATEGI PENINGKATAN PRODUKSI KOPI ROBUSTA (Coffea L.) DI DESA PENTINGSARI, KECAMATAN CANGKRINGAN, KABUPATEN SLEMAN, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(2), 373. <https://doi.org/10.25157/jimag.v7i2.3338>
- Fauzi, E. P. (2019). Kedai Kopi Dan Komunitas Seni Sebagai Wujud Ruang Publik Modern. *Jurnal Jurnalisa*, 5(1), 16–30. <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v5i1.9893>
- Igiasi, T. S. (2017). Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjung Pinang. *Jurnal Masyarakat Maritim*, 1(1), 19–28.
- Irwanti, S. (2017). Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern. *Jurnal Al-Khitabah*, III(1), 33–47.
- Isa Mulyadi, A., & Zuhri, S. (2020). Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi "MOENG KOPI" Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 109–124. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.109-124>
- Latunra, A. I., Johannes, E., Mulihardianti, B., & Sumule, O. (2021). Analisis Kandungan Kafein Kopi (Coffea arabica) Pada Tingkat Kematangan Berbeda Menggunakan Spektrofotometer UV-VIS. *Jurnal Ilmu Alam Dan Lingkungan*, 12(1), 45–50. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jai2/article/view/13096>
- Maryani, D. Y., Rochdiani, D., & Setia, B. (2020). PAKEMITAN KECAMATAN CIAWI KABUPATEN TASIKMALAYA DEVELOPMENT STRATEGY OF " AI COFFEE " COFFEE COFFEE BUSINESS IN PAKEMITAN VILLAGE , CIAWI DISTRICT , TASIKMALAYA REGENCY Fakultas Pertanian Universitas Galuh Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran Email : 739–748.
- Sativa, O., Yuwana, Y., & Bonodikun, B. (2014). Physical Characteristics of Fruit, Beans, and Powder of Coffee Harvested From Sindang Jati Village, Rejang Lebong District. *Jurnal Agroindustri*, 4(2), 65–77. <https://doi.org/10.31186/j.agroind.4.2.65-77>
- Suryani, C. D., & Kristiyani, D. N. (2021). Studi Fenomenologi Pada Gaya Hidup Baru Anak Muda Sebagai Pengunjung Coffee Shop Di Kota Salatiga. *PREcious: Public Relations Journal*, 1(2), 177–201.