

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202348970, 23 Juni 2023

Pencipta

Nama : **Tria Amelia, Riana Sahrani dkk**
Alamat : Jalan Swadaya, Rt.14, Rw. 003, Kelurahan Bambu Apus, Jakarta Timur, DKI Jakarta, 13890
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara**
Alamat : Jl. Letjen. S. Parman No.1, Jakarta Barat, DKI JAKARTA 11440
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : **Karya Tulis**
Judul Ciptaan : **Business Plan Cafe Yourty**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 23 Juni 2023, di Jakarta Barat
di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.
Nomor pencatatan : 000481904

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Tria Amelia	Jalan Swadaya, Rt.14, Rw. 003, Kelurahan Bambu Apus
2	Riana Sahrani	Jalan Pane I, Rt. 002, Rw. 003, Kelurahan Cideng
3	Assyifa Mutiara Azzahra	Jl. Poncol Jaya No. 22A, RT/RW 009/005
4	Phung Mulan Visaka Rani	Jl. Utama Sakti VI/10, RT/RW 001/007, Wijaya Kusuma
5	Evelyne Joenett Supardi	Jl. 21 Januari No. 24 RT/RW 026/000



Laporan *Business Plan*

Cafe Yourty



MBKM KEWIRAUSAHAAN

DISUSUN OLEH:

Tria Amelia	705200237
Assyifa Mutiara Azzahra	705200188
Phung Mulan Visaka Rani	705200162
Evelyne Joenett Supardi	705200164
Riana Sahrani S.Psi., M.Si., Dr., Psikolog	Dosen Pembimbing

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
2023**

IDENTITAS USAHA

Yourty merupakan usaha yang dibuat oleh mahasiswa MBKM Kewirausahaan yang berjalan di bidang usaha *food and beverage*. Jenis produk yang akan dijual berupa minuman seperti kopi dan teh, makanan ringan seperti *sandwich* dan tanghulu, serta produk-produk buatan mahasiswa yang berasal dari kelas psikopreneurship. Yourty memiliki slogan *Your coffee your personality* yang mencerminkan tema usaha yaitu menu dengan nama-nama yang dapat mencerminkan *personality* dan mengusung konsep ramah lingkungan. Yourty berlokasi di Universitas Tarumanagara kampus 2, lantai dasar, Jl. Universitas Tarumanagara Kampus II No.11, RT.11/RW.1, North Tanjung Duren, Grogol petamburan, West Jakarta City, Jakarta 11470.

DAFTAR ISI

IDENTITAS USAHA	1
DAFTAR ISI	2
I. RINGKASAN EKSEKUTIF	3
II. VISI DAN MISI	4
III. LATAR BELAKANG PERUSAHAAN	5
IV. ANALISIS PRODUK	8
V. RENCANA PENGEMBANGAN, ANALISIS DAMPAK, DAN RESIKO USAHA	10
VI. PERENCANAAN DAN ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN	13
VII. RENCANA STRATEGIS	15
VIII. PERENCANAAN PRODUK DAN OPERASI	19
IX. PROFIL MANAJEMEN DAN ANALISIS SDM	20
X. PERENCANAAN KEUANGAN	23
LAMPIRAN (DOKUMEN PENDUKUNG)	26

I. RINGKASAN EKSEKUTIF

Yourty merupakan kedai kopi yang dibuat oleh mahasiswa MBKM Kewirausahaan yang berjalan di bidang *Food and Beverage* dengan menu minuman dan makanan seperti kopi, teh, *sandwich*, dan tanghulu. Yourty juga menjual produk buatan mahasiswa di kelas psikopreneurship. Konsep yang digunakan adalah ramah lingkungan dan memberikan pengalaman kepada pembeli dengan tema minuman yang mencerminkan kepribadian. Tema tersebut diproyeksikan pada slogan *your coffee, your personality*. Lokasi Yourty berada di lantai dasar kampus 2 Universitas Tarumanagara.

Terdapat 6 jenis kopi, 3 jenis teh, 3 jenis *sandwich*, dan tanghulu buah yang diperkirakan akan terjual sebanyak 75 buah per harinya atau sebanyak 1.500 buah per bulan. Penjualan tersebut dibantu dengan pemasaran yang hampir tidak memakan biaya dengan mempromosikannya ke media sosial dan pemberian diskon serta sampel gratis berjangka waktu. Dalam perkembangannya, Yourty memproyeksikan akan pembukaan cabang kedua dan memproduksi kopi dan teh *sachet* dalam jangka panjang, sedangkan dalam jangka pendek Yourty mengusahakan untuk mendapatkan pelanggan setia sehingga kedepannya dapat bekerja sama dengan aplikasi layanan pesan antar *online*.

Berdasarkan menu, Yourty menggunakan bahan baku sebagai berikut: 2 jenis biji kopi, 3 jenis daun teh, roti, 2 jenis buah, sayur, gula, dan krim kocok. Modal untuk melaksanakan bisnis Yourty didapatkan dari kebaikan hati Yayasan Tarumanagara. Modal tersebut akan digunakan sebaik mungkin untuk kelangsungan bisnis Yourty

II. VISI DAN MISI

Visi:

Menjadi pelopor dalam MBKM kewirausahaan dengan merintis sebuah usaha yang dapat memberikan kenyamanan dan pengalaman baru bagi pelanggan serta menjadikan usaha ini sebagai salah satu kedai kopi paling menarik di Jakarta.

Misi:

1. Memberikan pelayanan terbaik agar terwujudnya *customer satisfaction* yang tinggi
2. Memberikan *customer experience* melalui keseruan memilih minuman dengan tipe kepribadian dan *event* yang diselenggarakan
3. Mencari dan memilih *supplier* lokal yang memiliki mutu terbaik dan sepadan dengan modal yang dikeluarkan
4. Memberikan kualitas terbaik terhadap produk makanan atau minuman yang dijual
5. Menerima kritik dan saran sebagai evaluasi dan pengembangan usaha

Tujuan perusahaan:

1. Menciptakan keuntungan materi dan nonmateri bagi para mahasiswa MBKM wirausaha yang menjalaninya
2. Menjadi pelopor MBKM wirausaha dalam merintis usaha kedai kopi.

III. LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

Pada masa sekarang ini, beberapa orang menganggap bahwa *cafe* adalah tempat kedua ternyaman untuk beristirahat setelah rumah. Selain itu, menurut mereka *cafe* adalah tempat terbaik untuk mengerjakan tugas sekolah atau perkuliahan dan membantu pekerjaan kantor seperti melakukan *meeting* atau rapat. Menurut, *International Coffee Organization* (2020), pertumbuhan statistik dalam konsumsi kopi di Indonesia pada tahun 2020 sebanyak 4.8% dan menduduki posisi ketiga setelah negara Angola dan Brazil. Berdasarkan data statistik tersebut, konsumsi kopi di Indonesia sangat tinggi dan mengalami kemajuan yang sangat signifikan. Selain itu, menurut, Badan Pusat Statistik (BPS, 2021) produksi teh di Indonesia mengalami peningkatan yang tinggi pada tahun 2021 sebanyak 20,3% dari tahun sebelumnya yaitu 78,2 ton menjadi 94,1 ton. Berdasarkan data statistik tersebut, konsumsi teh di Indonesia sangat tinggi dan mengalami kemajuan yang sangat signifikan.

Minuman kopi juga sangat dibutuhkan kalangan remaja hingga dewasa terutama mahasiswa. Bagi mereka, kopi adalah minuman untuk meningkatkan energi dan stamina ketika melakukan aktivitas perkuliahan. Selain dari segi kebutuhan, hal ini juga dipengaruhi oleh tren masa kini, minuman kopi dan *cafe* adalah suatu perpaduan terbaik untuk mengisi waktu luang, seperti berkumpul dengan kerabat dan ini merupakan ciri khas identik yang sudah melekat di diri individu rentang remaja-dewasa. Minuman teh sangat dibutuhkan bagi kalangan manapun karena teh dapat menurunkan stres, meningkatkan stamina, dan merilekskan tubuh ketika rasa lelah menghampiri tubuh. Sehingga bagi para pelanggan yang tidak terlalu menyukai minuman kopi akan tetap bisa mengunjungi *cafe* kami.

Tidak menutup kemungkinan, apabila *cafe* hanya tersedia menu minuman kopi. Beberapa *cafe* juga memiliki ciri khas menu makanannya masing-masing. Namun, melihat kurangnya minat pelanggan dalam mengkonsumsi makanan berat ketika berada di *cafe*, membuat beberapa *cafe* menciptakan menu makanan yang praktis. Makanan tersebut juga dapat dengan mudah dibawa untuk dalam melakukan aktivitas yang sedang dijalani dan waktu pembuatannya pun tidak menunggu lama.

Makanan praktis tersebut adalah *sandwich*. Makanan ini sangat terkenal mulai dari benua amerika hingga asia. Salah satunya adalah, *sandwich* buah yang sangat terkenal di Jepang. Melihat makanan yang menjadi incaran anak muda saat ini maka kami memilih ini sebagai pendamping minum kopi. Selain *sandwich* buah juga terdapat *sandwich* yang berisikan daging. camilan manis dan praktis lainnya untuk menemani minum kopi dan teh terutama ketika siang hari adalah Tanghulu. Olahan ini merupakan buah berlapis permen gula yang dikeringkan.

Setiap usaha harus memiliki keunikannya tersendiri agar bisa bertahan dalam laju bisnis. Usaha yang kami rancang memiliki konsep dan tema menarik dengan menggunakan *personality* untuk menentukan menu yang akan dipilih oleh konsumen sendiri. Banyak masyarakat umum menyukai hal-hal yang bertema dengan psikologi terutama mengenai *personality*, baik yang mereka miliki maupun orang lain.

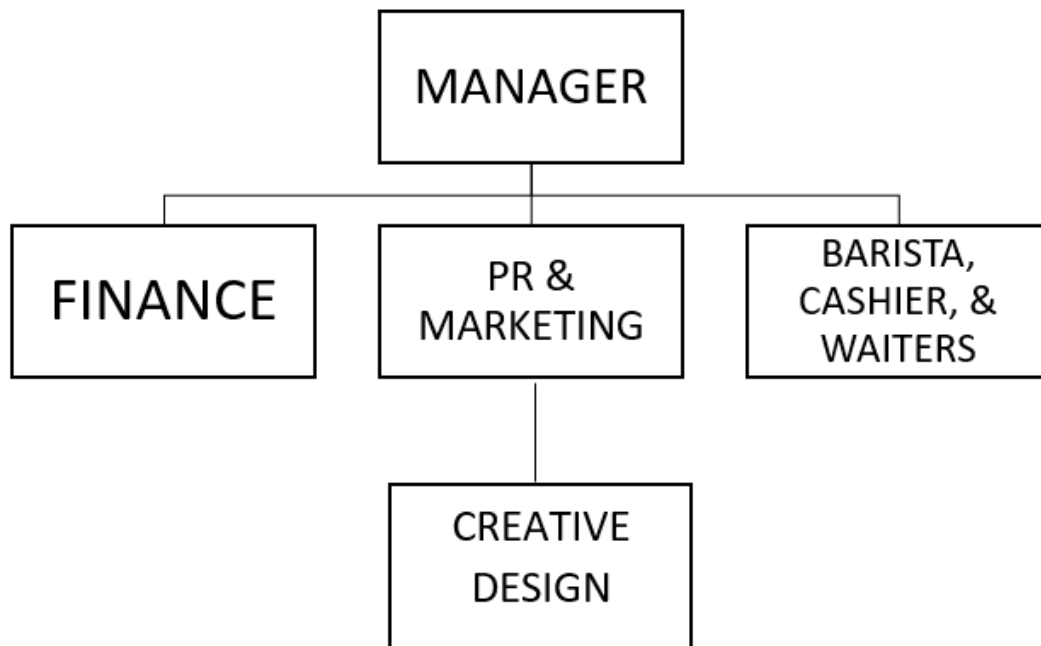
Berdasarkan fenomena tersebut, kami berinisiatif dan memiliki ketertarikan dalam membuka dan menjalani usaha yang bergerak dalam bidang kopi dan makanan praktis. Usaha yang akan kami jalankan adalah sebuah cafe dengan nama “Yourty” yang berasal dari sepenggal kalimat *Your Coffee Your Personality*. Pelanggan akan diberikan menu minuman dan makanan sesuai dengan kepribadian atau ciri khas yang melekat pada dirinya. Selain kepribadian, terdapat juga ciri khas yang sangat menonjol pada diri mahasiswa. Dengan hal ini, dapat merepresentasikan diri seorang mahasiswa atau pelanggan yang akan membeli dan membuat pelanggan akan bercermin terhadap dirinya sendiri.

Teori kepribadian yang kami gunakan untuk menjalankan bisnis ini adalah *Big Five Personality* atau yang biasa dikenal dengan OCEAN. *Big Five Personality* terdiri dari lima jenis trait kepribadian yaitu *Openness to Experience*, *Conscientiousness*, *Extraversion*, *Agreeableness*, dan *Neuroticism* (Soto, 2018). *Openness to Experience* merupakan individu yang digambarkan yang memiliki rasa ingin tahu terhadap ilmu dan pengalaman yang baru dan memiliki imajinasi yang tinggi. *Conscientiousness* merupakan individu yang memiliki keinginan dan semangat yang tinggi ketika melakukan sesuatu serta tanggung jawab sosial yang dimiliki tinggi. Namun, individu ini sangat disiplin dan taat kepada peraturan yang berlaku. Dalam meraih impiannya *Conscientiousness* dapat menentukan langkah-langkah yang baik untuk kedepannya. *Extraversion* merupakan individu yang memiliki ketertarikan yang tinggi untuk membangun hubungan sosial dengan orang lain sehingga ia memiliki energi yang banyak untuk dapat menjalin hubungan. Maka dari itu, individu ini sangat dominan dalam lingkungan sosial. *Agreeableness* merupakan individu yang sangat menghargai orang lain dan percaya terhadap orang lain. Individu ini memiliki karakteristik yang ramah serta memberikan kesan positif kepada orang lain. *Neuroticism* merupakan individu yang didominasi oleh sisi negatif, seperti rasa pencemas dan mudah gugup yang tinggi bahkan individu ini cenderung akan mudah marah ketika dalam situasi yang tidak ia sukai (Ramdhani, 2012).

Berdasarkan teori kepribadian tersebut, membuat kami memiliki inovasi dalam menciptakan menu-menu berdasarkan Big Five Personality. Kami akan memberikan menu kepada pelanggan sesuai dengan kepribadiannya. Menu-menu tersebut juga berdasarkan hasil riset pendahuluan/*preliminary study* berbentuk kuesioner (dengan cara menggunakan alat tes/kuesioner yang sudah baku di fakultas psikologi Universitas Tarumanagara).

Maka dari itu, kami menciptakan usaha ini dengan tempat yang nyaman yang cocok untuk kalangan kampus, seperti meletakkan beberapa lukisan, tanaman hias, dan pajangan hasil bentuk kewirausahaan beberapa mahasiswa. Dengan suasana tersebut akan membuat pelanggan merasa nyaman dan tenang. Selain itu, harga menu di Cafe Yourty juga terjangkau.

Struktur Organisasi



Konsultan Pendamping

- Untung Subroto, M.Psi., Psi.
- Riana Sahrani S.Psi., M.Si., Dr., Psikolog
- Meike Kurniawati, S.Psi., MM.
- Meylisa Permata Sari, S.Psi., M.Sc.

Bidang Usaha

Bidang usaha yang kami jalankan adalah sebuah *cafe* atau *coffee shop* yang memiliki menu minuman dan makanan utama yaitu kopi, teh, *sandwich*, dan tanghulu.

IV. ANALISIS PRODUK

1. Deskripsi dan ciri khas produk:

a. Minuman Kopi

Menu minuman kopi yang akan kami tawarkan ke pelanggan adalah terdapat menu kopi spesial atau *signature* dari Yourty sendiri yaitu kopi yang dibuat dengan cara *manual brew* menggunakan *beans* atau biji kopi nusantara dari Kerinci dan Bengkulu. *Signature menu* ini menawarkan kopi yang dibuat menggunakan *dripper* V60, Kalita, *Flat Bottom*, dan menu *moctail*.

b. Teh

Menu minuman teh yang akan kami tawarkan ke pelanggan adalah aneka jenis perpaduan rasa teh yang akan dipadukan dengan teh hijau, French Earl Gray, dan English Breakfast Tea (*black tea*). Minuman teh yang ditawarkan adalah jenis minuman teh hijau matcha yang bisa disajikan secara dingin ataupun hangat.

c. *Sandwich* dan makanan lainnya

Terdapat dua jenis *sandwich* yang akan kami tawarkan ke pelanggan yaitu *sandwich* yang berisikan buah sebagai menu andalan dan *sandwich* yang berisikan daging atau buah. Sandwich ini akan diolah dengan roti dua lapis yang berisikan slice daging yang ditambahkan dengan sayuran selada serta tomat dengan tambahan *mayonaise* serta *sauce (optional)* lalu terdapat juga *sandwich* berisikan buah yang diolah dengan roti dua lapis yang berisikan *whipped cream* beserta potongan buah segar seperti, kiwi, dan strawberry. Selain itu, kami juga menawarkan camilan manis, seperti tanghulu yaitu berupa beberapa buah segar seperti *strawberry* yang ditusukkan dengan tusuk sate lalu dioleskan dengan gula yang sudah dicairkan kemudian didinginkan.

2. Mengapa usaha atau produk ini lebih baik dari yang lain?

Target penjualan kami adalah warga kampus yang membutuhkan tempat ternyaman dalam melakukan aktivitasnya serta individu yang membutuhkan kopi, teh atau makanan praktis yang bisa dibawa tanpa menunggu waktu yang lama dalam pembuatannya untuk menjalani aktivitas sehari-hari. Banyak mahasiswa yang kesulitan untuk sekadar makan ketika menjalani perkuliahan dan membutuhkan stamina agar tidak lelah atau mengantuk, dan menenangkan tubuh sehingga

minuman kopi, teh, dan *sandwich* akan sangat praktis. Tema dan konsep yang dimiliki oleh usaha ini juga unik, mengingat banyak mahasiswa yang sangat tertarik dengan *personality* baik yang mereka miliki maupun orang lain. Sehingga, kami menghadirkan pengalaman baru bagi konsumen untuk mencoba produk yang usaha kami hasilkan berdasarkan *personality* yang mereka miliki.

V. RENCANA PENGEMBANGAN, ANALISIS DAMPAK, DAN RESIKO USAHA

1. Rencana pengembangan usaha

Dalam jangka pendek pengembangan usaha bisa dilakukan dengan meminta ulasan atau review dari mahasiswa Untar yang memiliki pengikut Instagram banyak untuk mempromosikan usaha dan produk. Jangka menengah pengembangan usaha akan dilakukan dengan melakukan penjualan secara daring atau bekerja sama dengan layanan pesan antar *online*. Pengembangan usaha jangka panjang akan dilakukan dengan melakukan perluasan pasar yaitu membuat produk kopi dan teh dalam kemasan yang *sachet* atau konsumen bisa meracik sendiri dan juga kemasan siap minum. Perluasan pasar dengan kemasan baru tersebut bisa didistribusikan melalui supermarket dan ekspor luar negeri. Dalam jangka panjang juga, Yourty akan membuka cabang lain di beberapa daerah di Indonesia.

2. Tahapan pengembangan usaha

- a. Pembuatan proposal rancangan bisnis yang terdiri dari identitas usaha, pembuatan visi dan misi usaha, latar belakang pembuatan usaha, analisis produk yang dihasilkan, merencanakan pengembangan usaha, dampak dan resiko usaha, menganalisa target pasar, membuat rencana strategis pemasaran, merencanakan produk dan operasi usaha, membuat profil manajemen dan analisis kebutuhan sumber daya manusia, dan membuat perencanaan keuangan. Proposal rancangan bisnis ini juga dibimbing serta diawasi oleh dosen pembimbing dan dosen koordinator. Kemudian dipresentasikan.
- b. Menjalankan pelatihan untuk pembuatan kopi dan juga *management* usaha ke tempat magang selama dua minggu di Obrol Kopi dan diawasi dengan Kak Belia (*owner*).
- c. Presentasi proposal terpilih ke investor
- d. Investor menyiapkan ruangan usaha dan dan yang sesuai dengan desain dan proposal yang telah dibuat oleh kelompok
- e. Melakukan uji tes kepada 8 subjek sesuai dengan jenis kepribadiannya menurut OCEAN terhadap jenis kopi yang akan kita jual
- f. Pembukaan Yourty dengan melakukan *grand opening*. Akan ada promo spesial untuk mahasiswa dan dosen sebagai promosi pembukaan. Akan dilakukan juga pemberian tester produk di jam makan siang selama dua minggu (terbatas)

- g. Melakukan riset mengenai pengembangan usaha untuk dilakukan secara *online* menggunakan aplikasi jasa pesan antar (Grabfood/GoFood/ShopeeFood)
- h. Menyesuaikan syarat dan ketentuan dari pihak aplikasi pesan antar
- i. Dalam satu bulan setelah melakukan pengembangan usaha melalui online, akan ada evaluasi dengan memperhatikan *feedback* konsumen, *rating* penjualan, dan laporan uang masuk/jumlah pesanan yang melalui aplikasi pesan antar. Bisa dianalisis bagaimana cara mempertahankan peningkatan atau meningkatkan penjualan secara online (memperhatikan kemasan yang *safety* untuk pesan antar atau meningkatkan strategi pemasaran online)
- j. Mencari informasi dan riset untuk mengembangkan usaha dengan membuka cabang lain di Jakarta. Jika perlu, mencari pihak yang ingin bekerja sama sebagai investor untuk memudahkan pembukaan cabang lain dari Yourty
- k. Analisis lokasi untuk menentukan tempat yang sesuai untuk membuka cabang baru. Hal ini bisa dilakukan dengan survey langsung ke lokasi yang ingin dituju atau survey atau wawancara langsung ke pelanggan.
- l. Mencari informasi dan riset mengenai ketentuan distribusi produk ke supermarket dan pasar internasional (ekspor)
- m. Membuat kemasan baru untuk pengembangan produk yang akan didistribusikan ke supermarket dan pasar internasional (ekspor)
- n. Melakukan perluasan pasar dengan mendistribusikan ke kalangan masyarakat umum melalui supermarket dan masyarakat internasional melalui ekspor.

3. Analisis dampak usaha terhadap masyarakat dan lingkungan

a. Analisis terhadap Masyarakat

Dampak yang dihasilkan terhadap masyarakat adalah dapat menciptakan motivasi untuk berwirausaha atau membuka usahanya sendiri. Selain itu, strategi pemasaran yang dilakukan dengan melakukan promosi menarik melalui social media atau melalui mulut ke mulut membuat masyarakat terutama warga Universitas Tarumanagara menjadi tertarik untuk berkunjung dan menikmati cafe *Yourty*.

b. Analisis terhadap lingkungan

Dampak dari hasil produksi akan menghasilkan polutan atau bahan pencemar. Dalam usaha ini, jenis polutan akan berupa sampah basah dan sampah kering. Polutan tersebut tentu akan mencemari lingkungan jika tidak diolah kembali. Penanganan limbah hasil produksi berupa ampas kopi dan

daun teh akan diolah lebih lanjut menjadi pupuk organik atau kompos untuk tanaman.

Bahan-bahan pendukung yang digunakan dalam usaha ini seperti cup kopi, gelas teh, sedotan, bungkus makanan, dan lain-lain juga akan menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan dan tidak menggunakan plastik sekali pakai. Dengan begitu, bahan pencemar dari usaha ini bisa diminimalisir dan tidak berdampak merugikan bagi lingkungan.

4. Analisis risiko usaha dan antisipasinya

a. Risiko

Kurangnya pengalaman sehingga memiliki kemungkinan untuk mundur jika tidak berjalan lancar.

b. Antisipasi

Membaca pengetahuan mengenai wirausaha, mendapatkan motivasi dari pembimbing, melakukan diskusi dengan para mentor atau orang yang berpengalaman dalam bidang yang sama.

5. Analisis SWOT

- a. *strength*: Yourty memiliki konsep unik yang ditawarkan kepada konsumen dengan menggunakan *personality* untuk mendapatkan rekomendasi menu pilihan.
- b. *weakness*: training atau pelatihan yang dilakukan oleh mahasiswa untuk membuat kopi dan belajar mengenai manajemen usaha hanya dua minggu. mahasiswa yang menjalankan usaha ini juga masih sangat awam sehingga minimnya informasi mengenai supplier atau vendor yang bisa bekerja sama.
- c. *opportunity*: Sebagai percontohan atau pelopor MBKM Kewirausahaan, kegiatan usaha ini diberikan pendanaan dan tempat dari investor yaitu Yayasan Tarumanagara
- d. *threat*: Harus menyesuaikan regulasi dari yayasan atau investor yang menyebabkan ide-ide yang dimiliki kelompok tidak bisa diwujudkan secara keseluruhan.

VI. PERENCANAAN DAN ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

1. Segmen pasar

Target atau segmen pasar yang kami tuju adalah warga kampus (mahasiswa Universitas Tarumanagara, dosen, dan staff). Target pasar ini sendiri terdiri dari 2 faktor: (1) faktor geografis: Universitas Tarumanagara, dan (2) faktor demografis: segala usia, pria dan wanita, dan yang memiliki penghasilan atau uang jajan Rp. 1.000.000 per bulan dengan asumsi dalam satu hari target pasar memiliki penghasilan atau uang jajan sebesar Rp. 50.000. Angka tersebut tidak terlalu tinggi dan bisa disesuaikan dengan harga produk yang akan kita jual.

Target pasar yang telah dijelaskan sudah sesuai dengan riset singkat yang kelompok lakukan. Mahasiswa cenderung menyukai kopi untuk dijadikan minuman pendamping saat berkegiatan. Kopi memiliki manfaat untuk meningkatkan energi dan menghilangkan rasa kantuk, di mana hal itu juga diperlukan oleh mahasiswa untuk beraktivitas selama perkuliahan.

2. Proyeksi pemasaran

Dalam satu hari Yourty dapat menjual 75 produk yang terdiri dari 30 gelas kopi, 15 gelas teh, 15 pcs sandwich, dan 15 pcs tanghulu. Dalam satu bulan akan ada 1.500 penjualan dari produk yang dihasilkan Yourty.

3. Strategi pemasaran

- a. Sebelum *officially launching*, akan ada konten yang diunggah di dalam akun *official* Instagram berupa *sneak peek* dan *countdown launching*. Mahasiswa MBKM Kewirausahaan juga bisa melakukan promosi secara *word to mouth* (WOM) ke teman-teman dan orang lain.
- b. Membuat harga paketan yang lebih murah dibandingkan *a la carte* (satuan). Dengan pertimbangan, tetap memperhatikan keuntungan.
- c. Dua minggu setelah launching, tester produk diberikan kepada calon konsumen secara random setiap jam makan siang (dalam 2x dalam satu minggu).
- d. Menggunakan strategi *limited time offer* untuk *sandwich* (setiap 1 jam sebelum tutup). *Limited time offer* adalah promosi yang dilakukan untuk menurunkan harga produk terbatas pada jam tertentu. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga kualitas *sandwich* yang dibuat dan agar tidak menghasilkan limbah produk berupa *food waste*.

- e. Pada hari-hari besar atau perayaan akan dilakukan *special event pricing*. Seperti saat hari guru, maka konsumen yang merupakan dosen/guru bisa mendapatkan potongan harga.
 - f. *Time based pricing*: Harga khusus di waktu menjelang ujian dengan target pasar mahasiswa (5 orang pertama).
 - g. Membuat dan memperkuat *branding* untuk mengantisipasi kompetitor, dengan cara mengevaluasi hasil *gform* dari para pembeli.
3. Analisis pesaing
- a. The Coffee Bean & Tea Leaf: salah satu kompetitor yang sudah terkenal dan memiliki *branding* yang lebih dulu dikenal masyarakat, produk hanya berfokus pada minuman. Cara mengantisipasinya dengan memperkuat *branding* Yourty ke kalangan target pasar.
 - b. BEM FEB: salah satu kompetitor yang menjual produk untuk dana kreatif sehingga produknya bermacam-macam. Cara mengantisipasinya: Menawarkan untuk sistem jual titip dengan keuntungan bagi hasil.
4. Saluran distribusi

Menggunakan saluran distribusi nol tingkat dikarenakan produk yang dihasilkan akan langsung didistribusikan atau dikonsumsi oleh konsumen, sehingga tidak melalui pihak lain untuk bisa dikonsumsi.

VII. RENCANA STRATEGIS

1. Rencana merealisasikan

- a. Rencana bisnis jangka pendek: Mencari bahan baku utama dan peralatan melalui supplier dan vendor atau rekomendasi dari tempat pelatihan. Membuat menu utama dari produk yang akan dijual.
- b. Rencana bisnis jangka menengah: Menjual produk kopi dan teh dalam kemasan. Mendistribusikannya ke supermarket, membuat menu baru dari variasi menu yang telah ada
- c. Rencana bisnis jangka panjang: membuka cabang baru, mendistribusikan produk ke supermarket, melakukan ekspor produk ke luar negeri hehe

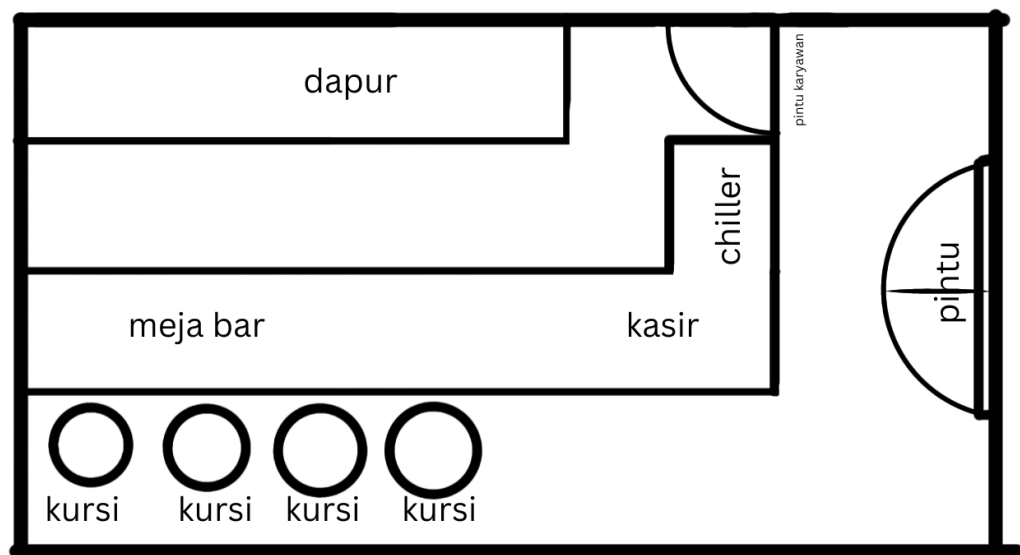
2. Bentuk logo:



a. Referensi desain cafe:



b. Denah cafe:



c. Desain Poster



VIII. PERENCANAAN PRODUK DAN OPERASI

1. Bahan baku dan Penggunaan

a. Kopi

Menggiling biji kopi yang sudah dipanggang menggunakan *grinder* kemudian diseduh dengan air panas. Tergantung pada jenis kopi, penyeduhan kopi dapat menggunakan alat modern atau sederhana. Setelah diseduh, kopi dapat ditambahkan susu, gula, atau sirup sesuai resep kopi yang ingin dibuat.

b. Teh

Daun teh kering diseduh dengan air panas yang suhunya disesuaikan agar menghasilkan cita rasa teh terbaik. Teh dapat diseduh sendiri atau ditambahkan rempah-rempah seperti kayu manis. Kemudian teh dapat disajikan atau ditambahkan susu atau gula sesuai dengan resep teh yang ingin dibuat.

c. *Sandwich*

Menggunakan dua lembar roti tawar, mengocok *whipped cream* yang sudah ditambahkan madu sebagai pemanis alami, dan buah seperti *strawberry* di bersihkan. Menyusun *sandwich* dengan urutan roti, krim, buah, krim, dan roti lagi. Kemudian roti dipotong menjadi dua. *Sandwich* dapat disajikan.

d. Tanghulu

Membersihkan buah-buah musiman, membuat sate buah dengan tusukan bambu. Mencairkan gula, kemudian mencelup sate buah ke gula cair dan langsung dimasukkan ke air dingin hingga gula mengeras. Tanghulu pun siap disajikan.

2. Rencana Pengembangan Produk

- a. Rencana jangka pendek: Membuat menu dasar yang akan dijual sebagai menu utama dari usaha
- b. Rencana jangka menengah: Menginovasi menu dengan melakukan riset dan percobaan variasi dari menu yang sudah ada maupun menu tambahan
- c. Rencana jangka panjang: Membuat produk kopi dan teh dalam kemasan

IX. PROFIL MANAJEMEN DAN ANALISIS SDM

Manajemen usaha akan terdiri dari lima posisi yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha ini, di antaranya :

- a. Manager: Seseorang yang akan mengatur sistem manajemen dengan kata lain adalah leadernya, bertanggung jawab atas segala yang terjadi pada usaha ini.
- b. Finance: Tim yang akan mendata atau mengurus keluar masuknya uang, berjumlah dua orang. Bekerja secara online, jam kerja flexible selama sehari ada datanya.
- c. Public Relation/Marketing : Tim yang akan mempromosikan *coffee shop* dan mengurus bagian sosial media, mencari investor, berjumlah sekitar 3-4 orang. Online, jam kerja flexible, membuat isi konten yang berupa event/menu baru. Membuat survei kepuasan pelanggan.
 1. Creative Design : Tim yang bertugas untuk membuat desain di sosial media, membuat website–serta mengeditnya. berjumlah 2 orang, secara online, jam kerja sesuai arahan public relation/marketing. Setiap hari harus membuat desain untuk di sosmed.
- d. Barista/Cashier/Waiter: Orang-orang yang akan langsung berada di *coffee shop* untuk menjualkan produk. Cara pembagian/jadwal kerja dengan 2 kelompok, berisikan 1 kelompok 4 orang (Barista 2 orang, Cashier 1 orang, waiter 1 orang). Bekerja dengan setiap harinya bersifat selang-seling, dengan cara hari pertama yang menjaga adalah kelompok pertama, maka hari kedua adalah kelompok kedua, hari ketiga adalah kelompok pertama, dan seterusnya. Bekerja dari jam 8-5 sore. Bertugas yang memberikan sampel juga pada calon pelanggan.

Analisis kompetensi SDM yang dimiliki

Berdasarkan kamus Spencer kompetensi yang disampaikan adalah pada berikut:

a. Manager:

- **Kompetensi 1: Semangat untuk berprestasi dan untuk mencapai target kerja.** Dimensi a, intensitas dan kelengkapan pada penjelasan indikator perilaku pemegang jabatan semangat berprestasi pada skala 4, yakni terus berusaha untuk memperbaiki kinerja. Lalu, dimensi C, derajat inovasi, usaha membuat sesuatu yang baru, berbeda baik tindakan ide, dalam konteks pekerjaan organisasi, pada skala ketiga yakni; hal baru untuk organisasi.
- **Kompetensi 2: perhatian terhadap kejelasan tugas kualitas dan ketelitian kerja.** Skala 4, memonitor pekerjaan orang lain.

- **Kompetensi 6: berorientasi kepada pelanggan.** Pada dimensi A. berfokus perhatian kepada kebutuhan pelanggan pada skala 3, mengambil resiko pribadi.
- **Kompetensi 10: mengembangkan orang lain.** Pada dimensi A, intensitas arah pengembangan dan kelengkapan alat pengembangan pada skala 4, memberikan umpan balik positif atau positif negatif dengan tujuan pengembangan
- **Kompetensi 11: kemampuan mengarahkan/memberikan perintah,** pada dimensi a, intensitas pengarahan, cukup pada skala 3, berbicara dengan lugas.
- **Kompetensi 12: kerja sama dalam kelompok,** pada dimensi a. intensitas dan kesungguhan dalam mendorong kerja kelompok pada skala keenam. 6 membangun tim.
- **Kompetensi 13: memimpin kelompok** pada dimensi a, kekuatan peran kepemimpinan, pada skala 6 menempatkan diri sebagai pemimpin.
- **Kompetensi 16: keahlian teknis/profesional/manajerial,** Dimensi B, luas keahlian manajerial, skala 2 unit fungsi kerja homogen.

b. Finance:

- **Kompetensi 1: Semangat untuk berprestasi dan untuk mencapai target kerja.** Dimensi A: intensitas dan kelengkapan pada penjelasan indikator perilaku pemegang jabatan semangat berprestasi pada skala 4, yakni terus berusaha untuk memperbaiki kinerja.
- **Kompetensi 16: keahlian teknis/profesional/manajerial,** pada dimensi a. kedalaman pengetahuan, pada skala 4 yakni berketerampilan tinggi.

c. Public relation/Marketing/Creative design:

- **Kompetensi 1: Semangat untuk berprestasi dan untuk mencapai target kerja.** Dimensi A: intensitas dan kelengkapan pada penjelasan indikator perilaku pemegang jabatan semangat berprestasi pada skala 4, yakni terus berusaha untuk memperbaiki kinerja. Lalu, dimensi C. Derajat inovasi, usaha membuat sesuatu yang baru, berbeda baik tindakan ide, dalam konteks pekerjaan organisasi, pada skala ketiga yakni; hal baru untuk organisasi.
- **Kompetensi 4: mencari informasi,** pada skala 4 yakni, menghubungi pihak-pihak lain.
- **Kompetensi 16: keahlian teknis/profesional/manajerial,** pada dimensi a. kedalaman pengetahuan, pada skala 3 yakni tenaga terampil.

d. Barista/Cashier/Waiter:

- **Kompetensi 1: Semangat untuk berprestasi dan untuk mencapai target kerja.** Dimensi A: intensitas dan kelengkapan pada penjelasan indikator perilaku pemegang jabatan semangat berprestasi pada skala 4, yakni terus berusaha untuk memperbaiki kinerja.
- **Kompetensi 2: perhatian terhadap kejelasan tugas kualitas dan ketelitian kerja.** Pada skala 2 yakni; menjaga tempat kerja selalu terorganisir.
- **Kompetensi 6: berorientasi kepada pelanggan** pada dimensi A. berfokus perhatian kepada kebutuhan pelanggan pada skala 3, mengambil resiko pribadi.
- **Kompetensi 16: keahlian teknis/profesional/manajerial,** pada dimensi a. kedalaman pengetahuan, pada skala 3 yakni tenaga terampil. Skala 4, berketerampilan tinggi. Dimensi B, luas keahlian manajerial, skala 2 unit fungsi kerja homogen.

X. PERENCANAAN KEUANGAN

Laporan keuangan dan akuntansi

Pengeluaran			
Modal Pendanaan			
Dripper Flat bottom	2	70.000	140000
Dripper Kalita	2	280.000	560000
Dripper V60	2	51.900	103800
Paper filter V60/Pack	1	50.000	50000
Paper filter Flat bottom/Pack	1	35.000	35000
Paper filter Kalita/Pack	1	99.000	99000
Grinder	1	400.000	400000
Showcase	1	9.300.000	9300000
Meja Bar Barista	1	4.950.000	4950000
Microwave	1	910.200	910200
Kitchen Set	1	25.000.000	25000000
Mesin Kasir Android	1	4.100.000	4100000
Kursi	4	175.000	700000
Pisau Roti	1	55.000	55000
Pisau	1	70.990	70990
Talenan	1	96.990	96990
Kap lampu	4	70.000	280000
Lampu Bulb	4	12.500	50000
Sendok teh set	1	45.000	45000
Gelas ukur	1	175.000	175000
Timbangan	1	170.000	170000
Shaker set	1	132.900	132900
Sikat botol	1	14900	14900
Spons	2	29925	59850
Rak Spons	1	69400	69400
Kain lap	6	1560	9360
Sapu/Pel	1	210.000	210000
Papan menu	1	275.000	275000
Tanaman	5	115.000	575000
Rak dinding	8	55.000	440000

Whisk	1	124.000	124000
Wiper	1	59.000	59000
Tong Sampah	1	178.000	178000
Pompa air galon	1	188.900	188900
Teko Listrik	2	1.770.000	3540000
Celemek	17	57.000	969000
Capitan Es Batu	1	2.500	2500
Capitan	1	26.250	26250
Mesin Es Batu	1	4.520.000	4520000
Sarung Tangan Anti Panas	1	77.990	77990
Sabun Cuci Piring 5 liter	1	75.000	75000
Galon air	2	53.000	106000
	Total		58,944,030
Biji Kopi Kerinci	1	315.000	315000
Biji Hayasa Toraja	1	89.000	89000
Gula/kg	2	14.000	28000
Krimmer/kg	1	50.000	50000
Susu putih/kg	5	20.500	102500
Susu kental manis/545 gram	5	14.998	74990
Air/20 liter	10	20.000	200000
English Breakfast Tea/kotak	1	84000	84000
French Earl Gray/kotak	1	82000	82000
Green Tea/Kotak	1	105.000	105000
Roti/10 lembar	15	15.000	225000
Whipped Cream/kg	5	105.000	525000
Kiwi/500g	5	39.000	195000
Strawberry/250g	10	25.500	255000
Paper Cup hot/pcs	225	1050	236250
Tutup Paper Cup hot/pcs	225	800	180000
Paper Cup/pcs	225	3550	798750
Paper Cup Holder	112	910	101920
Kotak Sandwich	75	850	63750
Sarung tangan plastik	1	4800	4800
Corn Syrup	1	27.800	27800

Trash Bag	1	27750	27750
Tusuk Sate	1	11.000	11000
Total			3782510
Total Seluruhnya			62,726,540

Harga setiap Menu

Personality Coffee (manual brew)	= 15000
Personality Coffee (manual brew) ice	= 17500
English Breakfast Tea	= 15000
French Earl Gray	= 15000
Green Tea	= 10000
Sandwich Strawberry	= 21000
Sandwich Kiwi	= 22000
Tanghulu	= 16000

LAMPIRAN (DOKUMEN PENDUKUNG)

a. contoh eco cup panas



b. contoh eco cup dingin



DAFTAR PUSTAKA

- International Coffee Organization. (2020). *Historical data on the global coffee trade*. ico.org. https://www.ico.org/new_historical.asp?section=Statistics
- Badan Pusat Statistik. (2021, November 30). *Statistik Teh Indonesia 2020*. bps.go.id. <https://www.bps.go.id/publication/2021/11/30/a39c39e9b09d77c9a282a0b5/statistik-teh-indonesia-2020.html>
- Soto, C. J. (2018). *Big five personality traits*. The SAGE encyclopedia of lifespan human development.
- Ramdhani, N. (2012). Adaptasi bahasa dan budaya dari skala kepribadian *big five*. *Jurnal psikologi*, 39(2), 189-205. <https://jurnal.ugm.ac.id/jpsi/article/view/6986>