

ABSTRAK

Budaya minum kopi bagi masyarakat Indonesia merupakan sebuah aktivitas untuk mengisi waktu luang. Esensi minum kopi di kedai kopi merupakan aktivitas untuk mengobrol bersama teman dan tetangga telah mengalami pergeseran ke budaya kopi yang modernisasi. Bisnis kedai kopi cukup banyak dilakukan di Kota Bandung dan hal tersebut menjadikan persaingan dalam bisnis minuman dan makanan ini lebih ketat. Para pelaku bisnis kedai kopi melakukan upaya-upaya dalam meningkatkan penjualan produknya, seperti meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan supaya produk mereka bisa bersaing dalam meraih konsumen. Kopi Teras merupakan salah satu jenis industri kecil bergerak dibidang pengolahan makanan dan minuman atau bisa disebut coffeeshop. Dengan konsep yang nyaman dan menyediakan minuman kopi berkualitas, Kopi Teras mencoba menjangkau pasar kalangan mahasiswa golongan menengah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perencanaan bisnis Kopi Teras serta bagaimana dalam mengatur strateginya agar target yang dijadikan tujuan Kopi Teras berhasil. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara jelas, sistematis dan akurat mengenai perencanaan bisnis Kopi Teras dengan menggunakan alat ukur kriteria Timmons. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan data primer dan sekunder. Hasil menunjukkan bahwa perencanaan bisnis Kopi Teras merupakan usaha yang layak untuk dijalankan dan berpotensi tinggi untuk dijalankan dapat dilihat dari NPV bernilai positif, ROI, dan Payback Period, Gross Profit Margin, Net Profit Margin dan Profitability index yang layak karena lebih dari 1 kali. Business Model Canvas yang diterapkan oleh Kopi Teras berhasil membantu dalam hal menentukan target pasar, keunikan produk, dan apa saja rencana yang perlu dilakukan untuk mencapai target keuntungan perusahaan.

Kata Kunci: Perencanaan Bisnis, Kopi Teras, SWOT, Timmons dan BMC.

ABSTRACT

The culture of drinking coffee for Indonesian people is an activity to fill their spare time. The essence of drinking coffee at a coffee shop is an activity to chat with friends and neighbors who have experienced a shift to a modernized coffee culture. There are quite a lot of coffee shop businesses in the city of Bandung and this makes competition in the beverage and food business tighter. Coffee shop business people make efforts to increase sales of their products, such as increasing the quality of the products offered so that their products can compete in reaching consumers. Teras Coffee is one type of small industry engaged in food and beverage processing or it can be called a coffee shop. With a comfortable concept and providing quality coffee drinks, Kopi Teras tries to capture the middle class student market. The purpose of this research is to find out how to plan the Teras Kopi business and how to set the strategy so that the targets that are the targets of Teras Kopi are successful. The research method used is descriptive qualitative to describe clearly, systematically and accurately the terrace coffee business planning using the Timmons criteria measuring instrument. While the data collection techniques used are primary and secondary data. The results show that the Terrace Coffee business plan is a viable business to run and has a high potential to run. It can be seen from the positive NPV, ROI, and Payback Period, Gross Profit Margin, Net Profit Margin and Profitability index which are feasible because it is more than 1 time. The Business Model Canvas implemented by Kopi Teras has helped in determining the target market, product uniqueness, and what plans need to be made to achieve the company's profit targets.

Keywords: Business Planning, Terraced Coffee, SWOT, Timmons and BMC.