

## **BUSINESS PLAN CAFE LUDOS**

Ishak Hendradiarta Gunawan  
Magister Akuntansi  
ishakhendra@gmail.com

**Abstrak** – Jurnal ini bertujuan untuk mengevaluasi segala aspek dari kelayakan bisnis dari Cafe Ludos. Perubahan era teknologi ke era konseptual membutuhkan manusia untuk dapat berpikir secara kreatif, agar kedudukannya tidak tergantikan oleh mesin. Terdapat sebuah penelitian yang menyatakan bahwa bekerja di coffee shop, dapat meningkatkan kreatifitas untuk dapat berpikir *out of the box*. Cafe Ludos merupakan sebuah *coffee shop* yang menggunakan nuansa vintage, yaitu nuansa kuno klasik namun elegan. Berdasarkan hasil studi kelayakan *business plan* ini mendapatkan hasil yang bagus dengan hasil NPV adalah sebesar Rp. 471.037.879,- dengan IRR sebesar 41,03%. Sedangkan *payback periode* adalah 2 tahun 5 bulan. Berdasarkan hasil tersebut maka bisnis ini dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

**Kata Kunci:** kreatifitas, kafe, *vintage*, studi kelayakan, *business plan*

**Abstract** – *The journal aims to evaluate all aspects of the business feasibility of Cafe Ludos. The changes from technology era to the era of conceptual, required humans to be able to think creatively, so that his position is not replaceable by machines. There is a study which stated that work in the coffee shop, can increase the creativity to be able to think out of the box. Cafe Ludos is a coffee shop that uses a vintage atmosphere, which old-fashioned feel of a classic yet elegant. Based on the results of this feasibility study business plan to get good results with the results of the NPV is Rp. 471 037 879, - with an IRR of 41.03%. While the payback period is 2 years and 5 months. Based on these results it can be said this business feasible.*

**Keyword:** *creativity, cafe, vintage, feasibility study, business plan*

### **Ringkasan Eksekutif**

Perubahan era teknologi ke era konseptual membutuhkan manusia untuk dapat berpikir secara kreatif, agar kedudukannya tidak tergantikan oleh mesin. Perusahaan ini membantu untuk menyediakan tempat yang dapat mendukung untuk meningkatkan kreatifitas dalam berpikir. Terdapat sebuah penelitian yang menyatakan bahwa bekerja di coffee shop, dapat meningkatkan kreatifitas untuk dapat berpikir *out of the box*. Selain suasana, salah satu fasilitas tambahan yang digunakan untuk meningkatkan kreatifitas adalah melalui permainan. Bermain

games dapat meningkatkan kreativitas dan mengurangi tingkat stres, sehingga performa kerja pun dapat meningkat.

Perusahaan ini bergerak dalam bidang cafe makanan dan minuman yang didesain dengan model vintage, dan dilengkapi dengan fasilitas permainan-permainan yang kreatif dan fun. Cafe yang dibentuk memberikan suasana yang nyaman untuk bersantai dengan nuansa klasik elegan yang memberikan keunikan tersendiri. Kemudian ditambahkan fasilitas games yang memiliki keunggulan dalam meningkatkan interaksi sosial dan disesuaikan dengan segmen yang dipilih. Gaya hidup orang-orang muda yang suka “*nongkrong*” atau berkumpul akan semakin asyik bila dilengkapi dengan fasilitas bermain games.

Visi dari cafe ini adalah “*To be the first choice cafe to enjoying time*”.

Misi dari cafe ini adalah :

1. Memberikan suasana tempat bersantai yang nyaman dan menyenangkan.
2. Menyediakan fasilitas dan permainan-permainan yang kreatif dan *fun*.
3. Memberikan pelayanan yang baik untuk kepuasan pelanggan.

### **Analisa Bisnis**

Masyarakat Indonesia terutama anak muda menyukai untuk memiliki komunitas sosial, dimana mereka bisa berbagi pengalaman, bercanda, maupun menemukan teman baru. Dan untuk menghabiskan waktu kosong, mereka biasanya cenderung mencari tempat untuk “*nongkrong*” atau kumpul-kumpul. Dalam hal ini, cafe maupun mall-mall, menjadi salah satu pilihan bagi anak-anak muda, untuk menghabiskan waktu luang atau *week end*.

Penelitian yang dilakukan oleh tim peneliti dari Universitas of Illinois dan telah dipublish di *Journal of Consumer Research* menemukan bahwa pada tingkat kebisingan sedang (70 desibel) yaitu saat berada di kedai kopi atau ruang tamu dengan TV menyala, dapat lebih meningkatkan performa kerja dibanding suasana lebih tenang seperti 50 desibel. Tingkat kebisingan lebih dari 70 desibel, sudah masuk ke dalam kategori mengganggu. (<http://mensjourneyid.com>, 2013)

Berdasarkan penelitian tersebut, maka dengan adanya suasana dari cafe, dapat meningkatkan performa kinerja, bahkan dapat membantu untuk dapat berpikir *out of the box*. Hal ini akan menjadi nilai tambah bagi bisnis cafe, terutama untuk segmen pekerja. Untuk segmen pekerja pada umumnya lebih mementingkan kualitas ataupun manfaat yang didapat dibanding harga, karena itu segmen pekerja merupakan konsumen potensial dalam bisnis cafe kelas menengah ke atas. Karena suasana cafe dapat membantu untuk bekerja dengan suasana baru, dan mengerjakan tugas-tugas yang memerlukan kreativitas.

*Value added* yang akan ditambahkan dalam Cafe Ludos adalah fasilitas *casual games*. Perbedaan games-games kasual dengan games-games online adalah pada sisi interaksi sosial, dimana dalam permainan *casual games* memiliki interaksi sosial yang lebih tinggi dibanding games-games online yang berfokus pada komputer tanpa harus bertatap muka dengan orang lain. Padahal interaksi sosial juga dibutuhkan untuk pengembangan otak secara kognitif. Karena itu, salah satu fokus cafe Ludos adalah bermain sekaligus dapat berinteraksi dengan orang lain, saling berkomunikasi, bekerjasama, melihat perubahan emosi secara nyata, dan banyak hal lain yang bisa didapat dari komunitas tersebut nantinya.

Sebelum mendirikan suatu badan usaha, perlu dilakukan analisis lingkungan. Menurut Porter, ada lima faktor yang harus dianalisis yaitu *rivalry among existing competitor*, *bargaining power of buyers*, *bargaining power of suppliers*, *threat of new entrants*, dan *threat of substitute products*. Yang biasa dikenal dengan istilah *Five Forces Model*. Berikut *Five Forces Model* untuk Cafe Ludos:

1. *Rivalry among existing competitor*

a. Semakin banyak bisnis cafe dan restoran

Dengan peningkatan jumlah restoran hingga 15-20% menyatakan bahwa pertumbuhan bisnis tersebut termasuk tinggi.

b. Banyaknya pilihan cafe akan memudahkan konsumen untuk berpindah dari cafe satu ke cafe yang lain yang menurut mereka lebih baik. Ketika mereka merasakan keluhan atau ketidakpuasan, maka mereka akan dengan mudah berpindah ke cafe yang lain.

- c. Berbagai cafe pada dasarnya menawarkan perbedaan yang sama, yaitu suasana cafe. Masing-masing cafe membentuk atmosfer berbeda satu dengan yang lain.

Dari faktor-faktor tersebut, persaingan usaha untuk bisnis cafe sangat ketat, sehingga faktor *Industry Rivalry* tidak berada pada posisi *star*.

2. *Bargaining power of buyers*

- a. Dengan banyaknya cafe yang unik di Surabaya, konsumen mempunyai kekuatan lebih untuk memilih cafe mana yang akan dikunjungi. Sehingga apabila konsumen tersebut mengalami ketidakpuasan, dia akan mudah untuk beralih ke cafe yang lain.
- b. Konsumen memiliki tempat yang penting dalam industri cafe. Jumlah konsumen untuk cafe semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk. Apabila cafe tersebut tidak dapat mempertahankan loyalitas konsumen, maka sulit untuk dapat berkompetisi.

Dari faktor-faktor tersebut menunjukkan kekuatan yang dimiliki konsumen cukup besar. Sehingga faktor *buyer power* tidak berada pada posisi *star*.

3. *Bargaining power of suppliers*

- a. Suplier untuk bahan makanan dan minuman cukup banyak, dengan harga yang bervariasi.
- b. Kualitas produk yang baik juga tidak sulit untuk diperoleh, dan mudah dijangkau.

Dengan keuntungan-keuntungan tersebut, maka faktor *suppliers* mendapatkan posisi *star*.

4. *Threat of new entrants*

- a. *Capital requirement* untuk industri cafe, modal yang digunakan fleksibel. Besar kecil nya modal akan menentukan model cafe yang akan dibentuk.
- b. *Government Barriers*. Dalam hal ini, tidak ada aturan sangat ketat dari pemerintah dalam membuka cafe ataupun usaha bidang makanan, sehingga orang dapat membuka cafe tanpa harus memenuhi persyaratan yang ketat dan rumit.

c. *Learning Curves*. Berbeda dengan bisnis kesehatan, dalam hal ini, tidak dibutuhkan pengetahuan ataupun kemampuan yang tinggi dalam membuka bisnis cafe. Selain itu pengetahuan tentang cafe, juga bisa didapat melalui kursus-kursus yang menyediakan pelatihan dalam bidang cafe & resto.

Dari faktor-faktor tersebut, untuk bisnis cafe, faktor *Potential Entrant* tidak berada pada posisi *star*.

5. *Threat of substitute products*

Dalam industri cafe, cukup banyak produk substitusi untuk industri lain yang berkompetisi menghasilkan produk substitusi. Diantaranya adalah restaurant, *foodcourt*, *fastfood*. Karena itu faktor *Threat of Substitutes* tidak mendapatkan *star*.

Dari hasil analisis *Porter's Five Forces Model* dapat disimpulkan bahwa Cafe Ludos memiliki keunggulan kompetitif di *bargaining power of supplier*. Hasil analisis diatas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Porter's Five Forces Model

Tahapan selanjutnya yang perlu dilakukan adalah melakukan analisis TOWS. Analisis TOWS dilakukan untuk mengetahui faktor eksternal berupa ancaman dan peluang serta untuk mengetahui faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan.

Menurut David (2011), dengan dilakukannya analisis TOWS diharapkan sebuah badan usaha dapat mengetahui *major strengths* dan dapat melihat *major opportunities* untuk dikembangkan. Disamping itu juga, sebuah badan usaha dapat mengetahui *major weakness* yang dimiliki sehingga dapat melakukan perbaikan

serta dapat mengetahui *major threats* yang ada. Dengan demikian badan usaha tersebut diharapkan melakukan persiapan untuk menghadapi ancaman yang ada.

Menurut David (2013) dalam mengevaluasi faktor-faktor kunci sukses di dalam suatu badan usaha dapat digunakan 2 jenis matriks. Matriks yang digunakan adalah *internal factor evaluation (IFE Matrix)* dan *external factor evaluation (EFE Matrix)*.

Dengan mengidentifikasi *key success factor* melalui IFE dan EFE matrix, maka Cafe Ludos dapat mengetahui kekuatan serta memperbaiki kelemahan yang dimiliki sehingga mampu meningkatkan keunggulan kompetitif badan usaha.

**Tabel 1**  
**External Factor Evaluation Matrix (EFE Matrix)**

KEY FACTORS	WEIGHT	RATING	WEIGHTED SCORE
<b><u>Opportunities</u></b>			
Populasi penduduk surabaya yang meningkat	0,12	4	0,48
Kebiasaan masyarakat untuk bersantai dengan menggunakan wi-fi	0,11	4	0,44
Meningkatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia	0,13	4	0,52
Perilaku Indonesia yang cenderung menyukai produk baru	0,10	3	0,30
Produk lifecycle yang cukup panjang	0,10	3	0,30
<b><u>Threats</u></b>			
Muncul pesaing dengan bisnis usaha yang sama	0,11	3	0,33
Pemain bisnis cafe cukup banyak	0,10	2	0,20
Harga sewa tempat yang terus naik seiring berjalannya waktu	0,11	2	0,22
Perjanjian penghapusan bea masuk antar negara AFTA tahun 2015	0,12	2	0,24
	<b>1,00</b>		<b>3,03</b>

Sumber: internal

*External Factor Evaluation (EFE) Matrix* digunakan oleh perusahaan untuk merangkum dan mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan, seperti ekonomi, sosial, budaya, demografi, politik, lingkungan, dll yang dapat member peluang atau ancaman bagi perusahaan. Dari hasil skor di atas menunjukkan hasil angka 3,03, dimana artinya perusahaan merespon dengan baik faktor-faktor eksternal, berupa peluang dan ancaman yang dapat mempengaruhi perusahaan.

*Internal factor evaluation (IFE Matrix)* Cafe Ludos menggunakan faktor-faktor *strengths* dan *weaknesses* yang telah dianalisis.

**Tabel 2**  
**Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix)**

KEY FACTORS	WEIGHT	RATING	WEIGHTED SCORE
<b><u>Strength</u></b>			
Memiliki produk berkualitas dan bervariasi	0,13	4	0,52
Lokasi tempat berkumpulnya banyak orang	0,12	4	0,48
Suasana yang unik dalam memberikan kenyamanan	0,12	4	0,48
Training berkelanjutan untuk menjaga kualitas pelayanan	0,11	3	0,33
Budaya Organisasi yang mudah dibentuk karena masih baru	0,06	3	0,18
Memiliki fasilitas permainan yang menambah interaksi sosial	0,10	4	0,40
<b><u>Weakness</u></b>			
Modal yang terbatas	0,09	2	0,18
Belum memiliki brand awareness	0,10	1	0,10
Belum memiliki pelanggan	0,10	1	0,10
Pengalaman pihak manajemen / pemilik dalam mengelola cafe masih kurang	0,07	2	0,14
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>2,91</b>

Sumber: Internal

*Internal Factor Evaluation (IFE) matrix* adalah alat formulasi strategi untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan serta kelemahan utama dalam area fungsional bisnis, dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan antara area-area tersebut. Dasar yang digunakan untuk memberikan bobot (*weight*) dan *rating* dalam *IFE Matrix* lebih menggunakan penilaian intuitif, dimana peran *professional judgement* juga penting untuk menentukan hasil akhir dari *IFE Matrix* yang disusun.

Hasil penilaian yang muncul dari *IFE Matrix* diatas adalah sebesar 2,91. hasil ini menggambarkan kesimpulan bahwa Cafe Ludos memiliki kemampuan untuk mengendalikan faktor internalnya dengan baik diatas rata-rata yaitu 2,5.

Dengan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*), dipilih strategi yang sesuai dengan IFE dan EFE Matrix cafe Ludos, dan strategi yang akan digunakan oleh cafe ini adalah *Market Penetration*.

Tujuan dari cafe Ludos adalah sebagai tempat untuk bersantai yang *fun* dan nyaman dalam berinteraksi sosial, sehingga dapat meningkatkan performa otak dalam meningkatkan ide-ide kreatif untuk pekerjaan maupun usahanya. Kuncinya adalah mengurangi stress otak dan meningkatkan interaksi sosial, sehingga otak dapat berpikir lebih optimal. Kondisi *happy* ataupun *relax*, dapat mengurangi stress pada otak dan dapat meningkatkan performa kerja. Berinteraksi sosial juga dapat membuat otak untuk semakin berkembang. Karena itu disediakan fasilitas games yang *fun*, kreatif dan dapat meningkatkan interaksi sosial.

### **Perencanaan Pemasaran**

Dalam strategi pemasaran akan membahas mengenai *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* (STP) dan *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *Physical Evidence*, *Process*, *People* (7P). Berikut akan dibahas tentang STP Cafe Ludos:

#### *1. Segmentation*

Segmentasi pasar yang dipilih Cafe Ludos:

##### a. Segmentasi demografis :

Segmen yang akan digunakan Cafe Ludos adalah konsumen dengan umur 25-44 tahun dengan rata-rata pengeluaran > Rp. 1.250.000/bln.

##### b. Segmentasi geografis

Dalam hal ini yang dipakai adalah plaza atau mall di daerah Surabaya Timur, Surabaya Selatan, ataupun Surabaya Barat karena banyak memiliki segmen menengah ke atas yang menjadi target cafe Ludos.

#### *2. Targeting*

Sehingga target utama dari pasar cafe Ludos adalah pekerja atau profesional muda. Target ini dipilih sesuai dengan segmentasi cafe Ludos, dengan asumsi mulai pada usia 25 tahun, orang sudah mempunyai pekerjaan, sedangkan pada usia 45 tahun keatas adalah usia-usia yang sudah tidak tergolong muda.



### 3. *Positioning*

*Positioning* Cafe Ludos sebagai cafe yang menyediakan suasana kuno klasik (*Vintage*) yang enak untuk bersantai sambil bersosialisasi. *Positioning* dari cafe ini didukung dengan motto cafe Ludos yaitu “***The Pleasure of Vintage***“. Jadi cafe Ludos memberikan kesenangan dan kenikmatan klasik melalui suasana maupun fasilitas yang disediakan, termasuk fasilitas musik *jukebox* yang kuno namun terkesan elegan.

Berikutnya akan dibahas mengenai 7P dari Cafe Ludos:

#### 1. *Product*

Cafe Ludos akan menawarkan kepada konsumennya rasa kopi yang *high quality*. Hal ini dapat dicapai dengan menggunakan bahan berkualitas tinggi dan standard cara penyajian yang sangat ketat. Selain kopi, menu lain yang ditawarkan cafe Ludos berupa makanan dan minuman *non coffee*, bagi mereka yang tidak menyukai minum kopi.

- a. Minuman Cafe Ludos (Coffee dan non coffee)



Gambar 2. Minuman *recommended* Cafe Ludos

- b. Makanan ringan



Gambar 3. Makanan ringan *recommended* Cafe Ludos

- c. Atmosfer atau suasana Cafe



Gambar 4. Ilustrasi Desain Cafe Ludos

d. Fasilitas games kasual dan *free charger*



Gambar 5. Fasilitas games kasual dan *free charger*

2. Price

Kotler (2009) mengungkapkan ada 6 langkah dalam menentukan harga, yaitu:

- a. Menentukan sasaran/ tujuan pemberian harga  
Cafe Ludos memiliki sasaran *product quality leadership*. Produk dan layanan yang diberikan memiliki kualitas yang berbeda sehingga harga yang ditawarkan adalah berdasarkan kualitas produk tersebut.
- b. Menentukan permintaan  
Permintaan konsumen terhadap produk cafe Ludos ini tidak memiliki sensitifitas terhadap harga. Hal ini dikarenakan target dari cafe Ludos adalah masyarakat menengah ke atas yang lebih sensitif terhadap kualitas produk, dibandingkan dengan harga.
- c. Perhitungan biaya yang terkait produk dan layanan cafe Ludos akan dibahas dalam perencanaan keuangan.
- d. Menganalisis harga, dan penawaran kompetitor  
Setelah dilakukan observasi harga ke beberapa cafe kelas menengah ke atas di Surabaya (Starbucks, Coffee Bean, Excelso) sebagai *benchmark* kisaran harga yang mereka tentukan adalah:
  - o Untuk harga makanan, berkisar antara Rp. 25.000 – Rp. 65.000
  - o Untuk harga minuman, berkisar antara Rp. 15.000 – Rp. 55.000
- e. Memilih metode pemberian harga  
Harga yang ditetapkan untuk cafe ludos menggunakan acuan harga pesaing, dimana harga yang ditetapkan oleh ketiga cafe pesaing

langsung (Starbucks, Coffee Bean, Excelso), merupakan harga yang telah mengacu kepada masyarakat kelas menengah ke atas.

f. Menentukan harga akhir

Harga untuk cafe ludos menyesuaikan dengan kisaran harga pada cafe-cafe kelas menengah ke atas terutama dari *actual competitor*

- o Untuk harga makanan , berkisar antara Rp. 25.000 – Rp. 65.000
- o Untuk harga minuman, berkisar antara Rp. 15.000 – Rp. 55.000

3. *Place*

Dalam hal ini pemilihan cafe Ludos adalah berdasarkan *locations* yaitu plaza ataupun mall. Kemudian dengan metode *Factor Rating Based*, berdasarkan *Critical Success Factor* yang dipilih untuk industri Cafe, maka dipilih Sutos sebagai tempat cafe Ludos.

4. *Promotion*

Dalam kegiatan promosi, perlu dilakukan promosi rutin, agar dapat meningkatkan *Brand Awareness* dikalangan masyarakat. Untuk sarana promosi yang dimanfaatkan oleh cafe ini adalah *advertising, sales promotion, dan event & experiences*. Untuk *advertising* atau iklan, Cafe Ludos menggunakan voucher khusus, iklan banner, iklan media cetak, iklan radio, maupun melalui media sosial dan web. (Kotler, 2009)



Gambar 6. Voucher Cafe Ludos



Gambar 7. Brosur Cafe Ludos



Gambar 8. Web Cafe Ludos



Gambar 9. Seragam Cafe Ludos

### 5. *Physical Evidence*

Fisik dari Cafe Ludos terdiri atas dua tempat bersebelahan dengan luas tempat total 66,5 m<sup>2</sup>. Bagian dalam stan memiliki ukuran 5 mtr x 13,3 mtr yang terdiri atas bagian dapur, bagian kasir, bagian bar, gudang, dan tempat cafe. Terdapat gudang kecil yang berfungsi untuk menyimpan bahan-bahan makanan. Tempat cafe akan didesain dengan model vintage dimana pada bagian tembok akan dipasang barang-barang bernuansa vintage. Kemudian dekorasi-dekorasi yang menambah kesan kuno seperti lukisan ukir, maupun barang-barang kuno seperti jam dinding kuno, radio kuno, lentera, barang-barang model lama, maupun aksesoris-aksesoris untuk *display*.

### 6. *Process*

Pelanggan datang ke bagian kasir cafe untuk memilih menu, kemudian melakukan pembayaran. Setelah melakukan pembayaran, pelanggan menunggu sebentar untuk mengambil pesanan. Untuk pesanan yang membutuhkan waktu agak lama, akan diantarkan oleh pelayan. Kemudian pelanggan mencari tempat duduk kosong yang tersedia. Setelah selesai bersantai, pelanggan meninggalkan tempat, kemudian pelanggan datang untuk membersihkan tempat.

### 7. *People*

Jumlah tenaga kerja cafe Ludos adalah 13 orang, yang terdiri dari direktur/owner, kepala operasional, marketing, kepala administrasi, staff pembelian, pelayan (3 org), staff dapur (3 org), dan kasir (2 org).

### Perencanaan Operasional

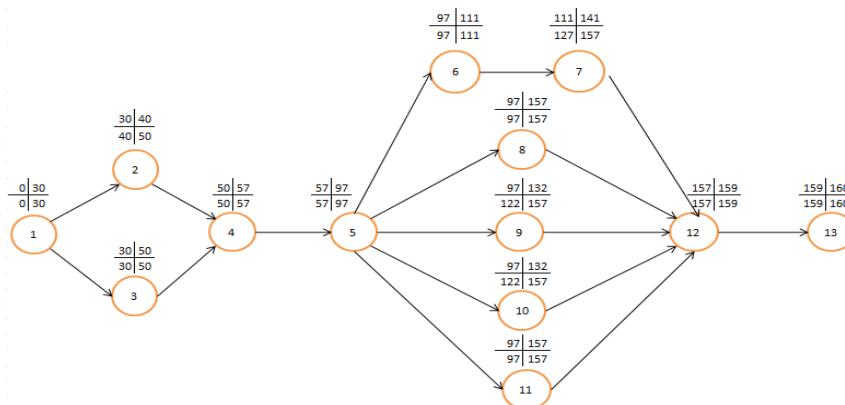
Operasional cafe Ludos dimulai pada bulan Juli 2014. Terdapat dua pilihan alternatif lokasi untuk cafe Ludos. Dari pilihan alternatif tersebut, akan dipilih satu lokasi dengan cara menentukan beberapa criteria dan memberikan bobot dan rating 1-10, dimulai dengan angka 10 adalah yang paling bagus. Jumlah nilai tertinggi akan digunakan sebagai lokasi Cafe Ludos.

**Tabel 3**  
**Kriteria Pemilihan Alternatif Lokasi**

Critical Success Factor	Weight	Sutos		East Coast	
		Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score
1. Akses lokasi	0,25	7	1,75	6	1,50
2. Lahan Parkir	0,23	8	1,84	7	1,61
3. Harga Sewa	0,17	7	1,19	8	1,36
4. Keamanan	0,20	7	1,40	8	1,60
5. Suasana tempat	0,15	9	1,35	7	1,05
<b>Total :</b>	<b>1,00</b>		<b>7,53</b>		<b>7,12</b>

Sumber: internal

Dari hasil diatas, dipilih Sutos sebagai lokasi cafe Ludos. Kemudian untuk penjadwalan pra-operasional menggunakan metode diagram PERT, untuk mengetahui jangka waktu tiap aktivitas, sehingga diketahui aktivitas mana yang perlu dijaga agar selesai tepat waktu, sehingga proyek ini berjalan tepat waktu. Dalam hal ini, jalur yang harus diawasi dengan ketat adalah jalur 1 – 3 – 4 – 5 – 11 – 12, dan jalur 1 – 3 – 4 – 5 – 8 – 12. Apabila terjadi kemunduran pada jalur tersebut, maka proyek pun akan mengalami kemunduran dalam penyelesaian.

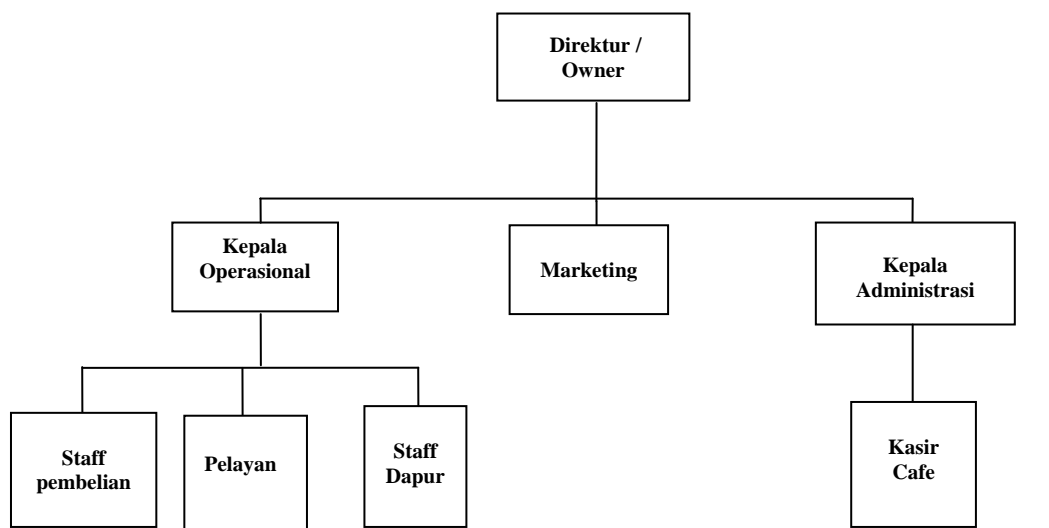


Gambar 10. Diagram Pert Cafe Ludos

### Perencanaan Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Badan Usaha yang akan didirikan adalah berbentuk CV (Persekutuan Komanditer) dimana yang menjadi sekutu aktif adalah Ishak Hendradiarta Gunawan S.E. dan Budy Susilo Gunawan kemudian yang akan sekutu pasifnya adalah anggota keluarga dari Ishak. Setoran modal awal berasal dari dana milik pemilik sendiri.

Struktur organisasi dibentuk berdasarkan kebutuhan dalam menjalankan operasional Cafe Ludos. Struktur organisasi yang digunakan cafe ini adalah struktur fungsional. Struktur ini cocok digunakan untuk perusahaan berukuran kecil dan menengah, dan produk ataupun pekerjaan yang dilakukan tidak terlalu rumit. Tiap fungsi bisnis bertanggung jawab langsung kepada direktur/pemilik.



Gambar 11. Struktur Cafe Ludos

Budaya yang akan dibentuk adalah **Good Learner, disiplin, dan berbasis kekeluargaan**. Cara pencapaian budaya adalah dengan **atasan memberikan teladan kepada bawahan**. Sehingga tidak sekedar menyuruh sebagai *boss*, tetapi ikut terjun mengerjakan dan memberikan contoh sebagai seorang *Leader*. Hal ini akan menimbulkan *respect* yang baik dari karyawan, bahwa seorang atasan bukan hanya bisa menyuruh tetapi juga mampu memberikan teladan yang baik dalam bekerja.

## Perencanaan Keuangan

Analisis ekonomi dilakukan dengan melihat tren ekonomi yang dapat diamati dari pertumbuhan ekonomi Indonesia, inflasi dan *BI rate* (suku bunga). Dalam pidato presiden, pertumbuhan ekonomi Indonesia periode 2009-2013 mencapai rata-rata 5,9% per tahun yang merupakan pertumbuhan ekonomi tertinggi. Target pertumbuhan ekonomi Indonesia 2014 ditetapkan pada 6,4%. Kemudian rata-rata inflasi selama tahun 2008-2013 adalah 6,21%

Dalam pembuatan perencanaan keuangan, kenaikan harga akan digunakan peningkatan inflasi rata-rata. Kemudian untuk harga sewa, kenaikannya adalah 15% setiap tahunnya. Biaya air dan listrik, menggunakan tarif biaya listrik mall. Lalu pajak yang dikenakan sebesar 1% dari omset perusahaan. Prive yang diambil adalah 25% dari laba bersih setelah pajak, yang dibebankan pada awal tahun berikutnya. Maka didapat neraca awal untuk cafe Ludos adalah sebagai berikut :

**Tabel 4**  
**Neraca Awal Cafe Ludos**

Neraca Awal					
CAFE LUDOS					
Periode yang berakhir 30 Juni 2014					
<b>Aset</b>				<b>Kewajiban</b>	
<b>Asset Lancar</b>					
Kas Dan Setara Kas	Rp	62.251.650		Utang Usaha	Rp -
Perlengkapan	Rp	5.381.700		Utang Bank	Rp -
Persediaan	Rp	42.545.400			
Beban DP Sewa Dibayar Dimuka	Rp	160.637.400			
Beban Praoperasional	Rp	38.745.050		<b>Total Kewajiban</b>	<b>Rp -</b>
		<b>Rp 309.561.200</b>			
<b>Aset Tetap</b>					
Peralatan(net)	Rp	136.488.800		<b>Ekuitas</b>	
Penyusutan Peralatan	Rp	-			
Nilai Sisa Peralatan		<b>Rp 136.488.800</b>		Modal Budy Susilo G.	Rp 225.000.000
				Modal Ishak Hendradiarta G.	Rp 225.000.000
<b>Bangunan</b>					
Penyusutan Bangunan	Rp	-			
Nilai Sisa Bangunan		<b>Rp -</b>		<b>Total Ekuitas</b>	<b>Rp 450.000.000</b>
<b>Aset Tidak Berwujud</b>					
Beban Perizinan		Rp 3.950.000			
<b>Total Assets</b>		<b>Rp 450.000.000</b>		<b>Total Kewajiban dan Ekuitas</b>	<b>Rp 450.000.000</b>

Khusus pada tahun 2014, karena operasional perusahaan hanya berjalan setengah tahun, maka proyeksi dari laporan keuangan tahun 2014 juga menggunakan setengah dari penjualan dan beban yang terjadi. Berikut dibuat proyeksi laporan keuangan dalam kondisi normal untuk tahun 2014-2019.

**Tabel 5**  
**Proyeksi Laporan Arus Kas Kondisi Normal**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Net Income	(40.717.431)	133.788.095	261.591.094	349.436.565	386.694.225	533.659.981
Penyesuaian net income untuk kas bersih dari aktivitas Operasi, Investasi, dan Pendanaan						
<b>Arus kas dari Aktivitas Operasi</b>						
Beban Depresiasi	14.238.455	28.476.910	28.602.741	28.728.573	28.870.518	15.756.632
Kenaikkan Inventory	(2.642.069)	(2.806.142)	(2.980.403)	(3.165.486)	(3.362.063)	(3.570.847)
Kenaikkan Beban Sewa Dibayar Dimuka	-	-	-	(244.309.406)	-	-
Penurunan aset tidak berwujud (SIUP)	395.000	790.000	790.000	790.000	790.000	395.000
Penurunan Beban Sewa Dibayar Dimuka	26.772.900	53.545.800	53.545.800	67.491.134	81.436.469	81.436.469
Penurunan Beban Pra Operasional	1.937.253	3.874.505	3.874.505	3.874.505	3.874.505	3.874.505
<b>Total Kas Bersih dari Aktivitas Operasi</b>	<b>40.701.538</b>	<b>83.881.073</b>	<b>83.832.643</b>	<b>(146.590.680)</b>	<b>111.609.428</b>	<b>97.891.759</b>
<b>Arus kas dari Aktivitas Investasi</b>						
Kenaikkan Perlengkapan	(3.986.341)	(581.755)	(617.882)	(656.253)	(697.006)	(740.290)
Kenaikkan Peralatan	-	(4.433.825)	-	(5.001.605)	-	(5.642.093)
<b>Total Kas Bersih dari Aktivitas Investasi</b>	<b>(3.986.341)</b>	<b>(5.015.580)</b>	<b>(617.882)</b>	<b>(5.657.858)</b>	<b>(697.006)</b>	<b>(6.382.383)</b>
<b>Arus kas dari Aktivitas Pendanaan</b>						
Utang Usaha	-	-	-	-	-	-
Utang Bank	-	-	-	-	-	-
<b>Total Kas Bersih dari Aktivitas Pendanaan</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Kenaikkan / Penurunan Arus Kas	(4.002.234)	212.653.588	344.805.855	197.188.027	497.606.647	625.169.357
Kas per 1 Januari	62.251.650	58.249.416	270.903.004	615.708.859	812.896.886	1.310.503.533
<b>Kas per 31 Desember</b>	<b>58.249.416</b>	<b>270.903.004</b>	<b>615.708.859</b>	<b>812.896.886</b>	<b>1.310.503.533</b>	<b>1.935.672.890</b>

Sumber: internal



**Tabel 6**  
**Proyeksi Laporan Laba Rugi Kondisi Normal**

	<b>Tahun 2014</b>	<b>Tahun 2015</b>	<b>Tahun 2016</b>	<b>Tahun 2017</b>	<b>Tahun 2018</b>	<b>Tahun 2019</b>
Penjualan	572.000.000	1.446.192.534	1.789.198.991	2.177.532.633	2.616.295.884	3.110.968.211
BPP (30%)	(156.000.000)	(394.416.146)	(487.963.361)	(593.872.536)	(713.535.241)	(848.445.876)
Potongan penjualan (brosur+HSBC)	(53.875.000)	(45.193.517)	(55.912.468)	(20.653.125)	(122.638.870)	(233.322.616)
Pajak makanan (10%)	(57.200.000)	(144.619.253)	(178.919.899)	(217.753.263)	(261.629.588)	(311.096.821)
<b>Lab Kotor</b>	<b>304.925.000</b>	<b>861.963.618</b>	<b>1.066.403.262</b>	<b>1.345.253.709</b>	<b>1.518.492.185</b>	<b>1.718.102.898</b>
Beban Gaji	(140.340.000)	(312.204.000)	(346.016.400)	(414.026.040)	(456.544.644)	(502.379.108)
Beban Tunjangan Hari Raya (THR)	(1.200.000)	(13.057.000)	(14.362.700)	(18.048.970)	(19.853.867)	(21.839.254)
Beban Training	(3.000.000)	(3.186.300)	(3.384.169)	(3.594.326)	(3.817.534)	(4.054.603)
Beban Utilitas	(12.901.363)	(27.405.076)	(29.106.931)	(30.914.471)	(32.834.260)	(34.873.268)
Beban Perlengkapan	(5.381.700)	(9.368.041)	(9.949.796)	(10.567.678)	(11.223.931)	(11.920.937)
Beban Penyusutan	(14.238.455)	(28.476.910)	(28.602.741)	(28.728.573)	(28.870.518)	(15.756.632)
Beban Pra Operasional	(1.937.253)	(3.874.505)	(3.874.505)	(3.874.505)	(3.874.505)	(3.874.505)
Beban Sewa	(107.091.600)	(214.183.200)	(214.183.200)	(269.964.537)	(325.745.874)	(325.745.874)
Beban PPN Sewa	(10.709.160)	(21.418.320)	(21.418.320)	(26.996.454)	(32.574.587)	(32.574.587)
Beban Amortisasi DP Sewa	(26.772.900)	(53.545.800)	(53.545.800)	(67.491.134)	(81.436.469)	(81.436.469)
Beban Amortisasi Perizinan	(395.000)	(790.000)	(790.000)	(790.000)	(790.000)	(395.000)
Beban Iklan	(15.455.000)	(24.704.446)	(26.238.592)	(31.147.356)	(17.709.671)	(18.809.442)
Beban Bonus Reward	(500.000)	(1.500.000)	(2.000.000)	(2.500.000)	(3.000.000)	(3.000.000)
Prive	-	-	(33.447.024)	(65.397.774)	(87.359.141)	(96.673.556)
<b>Lab Operasional</b>	<b>(34.997.431)</b>	<b>148.250.020</b>	<b>279.483.084</b>	<b>371.211.891</b>	<b>412.857.184</b>	<b>564.769.663</b>
Pajak (1% Omset)	(5.720.000)	(14.461.925)	(17.891.990)	(21.775.326)	(26.162.959)	(31.109.682)
<b>Lab bersih setelah pajak</b>	<b>(40.717.431)</b>	<b>133.788.095</b>	<b>261.591.094</b>	<b>349.436.565</b>	<b>386.694.225</b>	<b>533.659.981</b>

Sumber: internal

**Tabel 7**  
**Proyeksi Neraca Keuangan**

	Neraca		Neraca		Neraca		Neraca		Neraca	
	2014		2015		2016		2017		2018	
<b>Aset</b>										
<b>Aset Lancar</b>										
Kas Dan Setara Kas	58.249.416		270.903.004		615.708.859		812.896.886		1.310.503.533	1.935.672.890
Perlengkapan	9.368.041		9.949.796		10.567.678		11.223.931		11.920.937	12.661.227
Persediaan	45.187.469		47.993.611		50.974.014		54.139.501		57.501.564	61.072.411
Beban Sewa Dibayar Dimuka	133.864.500		80.318.700		26.772.900		203.591.171		122.154.703	40.718.234
Beban Praoperasional	36.807.798		32.933.293		29.058.788		25.184.283		21.309.778	17.435.273
		<b>283.477.224</b>		<b>442.098.404</b>		<b>733.082.239</b>		<b>1.107.035.772</b>		<b>1.523.390.514</b>
<b>Aset Tetap</b>										
Peralatan(net)	136.488.800		140.922.625		140.922.625		145.924.230		145.924.230	151.566.322
Akm. Penyusutan Peralatan	(14.238.455)		(42.715.365)		(71.318.106)		(100.046.678)		(128.917.196)	(144.673.828)
Nilai Sisa Peralatan		<b>122.250.345</b>		<b>98.207.260</b>		<b>69.604.519</b>		<b>45.877.551</b>		<b>17.007.034</b>
<b>Aset Tidak Berwujud</b>										
Beban Perizinan		<b>3.555.000</b>		<b>2.765.000</b>		<b>1.975.000</b>		<b>1.185.000</b>		<b>395.000</b>
<b>Total Aktiva</b>		<b>409.282.569</b>		<b>543.070.664</b>		<b>804.661.758</b>		<b>1.154.098.323</b>		<b>1.540.792.548</b>
<b>Kewajiban</b>										
<b>Kewajiban Jangka Pendek</b>										
Utang Usaha	-		-		-		-		-	-
Utang Bank	-		-		-		-		-	-
<b>Ekuitas</b>										
Modal Budy Susilo G.	204.641.284		271.535.332		402.330.879		577.049.161		770.396.274	1.037.226.264
Modal Ishak Hendradiarta G.	204.641.285		271.535.332		402.330.879		577.049.162		770.396.274	1.037.226.265
		<b>409.282.569</b>		<b>543.070.664</b>		<b>804.661.758</b>		<b>1.154.098.323</b>		<b>1.540.792.548</b>
<b>Total Kewajiban dan Ekuitas</b>		<b>409.282.569</b>		<b>543.070.664</b>		<b>804.661.758</b>		<b>1.154.098.323</b>		<b>1.540.792.548</b>

Sumber: internal

Kemudian dengan nilai return yang diperoleh dari investasi lain sebesar 11,23% ditambah dengan *risk premium* untuk *beverage non alcohol* sebesar 6%, maka didapat nilai WACC sebesar 17,23%. Setelah itu dilakukan analisis investasi, dimana menggunakan kondisi pesimis, normal, dan optimis.

Dalam kondisi pesimis, diasumsikan terjadi penurunan penjualan sebesar 10%. Kondisi ini mempertimbangkan kemungkinan masuknya banyak kompetitor, serta kemungkinan inflasi yang tinggi, yang menyebabkan orang semakin selektif dalam memilih produk makanan. Sedangkan pada kondisi optimis, terjadi kenaikan penjualan sebesar 10%. Kondisi optimis ini mempertimbangkan kemungkinan kondisi ekonomi yang semakin baik dan masyarakat semakin makmur sehingga masyarakat cenderung memilih produk berkualitas untuk dikonsumsi.

Parameter yang digunakan dalam analisis investasi ini adalah nilai NPV (*Net Present Value*), IRR (*Internal Rate of Return*), dan PP (*Payback Period*), untuk mengetahui layak tidaknya proyek tersebut dijalankan. Dalam hal ini parameter yang digunakan adalah :

- NPV bernilai positif,
- IRR lebih besar dari WACC
- Payback period yang kurang dari 5 tahun.

Maka diketahui analisis investasi untuk kondisi pesimis, kondisi normal, dan kondisi optimis.

**Tabel 8**  
**NPV, IRR, dan Payback Period Cafe Ludos**

Indikator	Kondisi	Nilai	Rata-rata	Layak jika	Status Kelayakan
NPV	Pesimistis	218.825.005	471.037.879	> Rp 0	LAYAK
	Normal	485.206.729			
	Optimistis	709.081.903			
IRR	Pesimistis	28,37%	41,03%	> WACC (17,23%)	LAYAK
	Normal	40,66%			
	Optimistis	54,07%			
PP (tahun)	Pesimistis	3,16	2,38	< 5 tahun	LAYAK
	Normal	2,2			
	Optimistis	1,78			

## **Kesimpulan**

Karya ilmiah berbasis nir-penelitian dalam bentuk *business plan* ini diharapkan dapat membantu pemilik dalam mengevaluasi *feasibility* dari bisnis Cafe Ludos, dan juga mengevaluasi kelayakan dalam pembuatan Cafe Ludos agar dapat memiliki daya saing dengan kompetitornya. Strategi Cafe Ludos lebih menekankan pada upaya pemasaran (*intensive strategy*) melalui strategi *market penetration*.

Perencanaan pemasaran di buat dengan tujuan untuk memperkuat *brand* perusahaan. Kemudian menganalisis kompetitor-kompetitor langsung maupun kompetitor potensial dari Cafe Ludos. Selain itu juga dibahas tentang segmen pasar, target pasar, *positioning*, dan tentang ukuran pasar.

Perencanaan operasional telah disusun mulai dari pemilihan lokasi, desain *layout*, perhitungan kapasitas operasional, hingga rangkaian proses operasional yang terjadi dalam Cafe ini. Desain *layout* yang dibuat dan peralatan-peralatan yang digunakan disesuaikan dengan ukuran tempatnya.

Perencanaan sumber daya manusia diawali dengan biaya-biaya pra operasional yang diperlukan, kemudian bentuk dan struktur organisasi yang disesuaikan dengan kebutuhan cafe yang mendukung kegiatan operasional perusahaan ini. Selain itu, juga dijelaskan tentang deskripsi tugas-tugas, spesifikasi kerja masing-masing fungsi, dan sistem penilaian kinerja, dimana karyawan yang memiliki kinerja yang bagus akan mendapatkan bonus. Kompensasi dan tunjangan juga diperhitungkan untuk periode lima tahun ke depan.

Berdasarkan hasil perencanaan keuangan *business plan* ini mendapatkan hasil yang cukup bagus dengan periode perencanaan 5,5 tahun, hasil NPV adalah sebesar Rp. 471.037.879 dengan IRR sebesar 41,03%. Sedangkan *payback periode* adalah 2 tahun 5 bulan. Berdasarkan hasil tersebut maka bisnis ini dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

## **Daftar Pustaka**

- Antaranews, 2013. Pertumbuhan ekonomi 2014 akan capai enam persen.  
<http://www.antaranews.com/berita/394020/pertumbuhan-ekonomi-2014-akan-capai-enam-persen>  
(diunduh tanggal 22 Oktober 2013)
- Bank Indonesia, 2013. Inflasi.  
<http://www.bi.go.id/web/id/Moneter/Inflasi/Bank+Indonesia+dan+Inflasi/peetapan.htm>  
(diunduh tanggal 22 Oktober 2013)
- BPS, 2013. Berita Resmi Statistik.  
<http://www.bps.go.id/getfile.php?news=1009>  
(diunduh tanggal 28 Juni 2013)
- David, Fred R., 2013. *Strategic Management: Concepts and Cases*, Fourteenth Edition. Pearson Education International. Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, *et al.*, 2009. *Marketing Management: An Asian Perspective 5<sup>th</sup> edition*, Pearson Education South Asia, Singapore.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke sebelas. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Levy, M., & Weitz, B. A., 2001. *Retailing Management*, Fourth Edition, Richard D. Irwin Inc.
- Mehta, Ravi, R. Zhu, dan A. Cheema. *Is Noise Always Bad? Exploring the Effects of Ambient Noise on Creative Cognition*. *JSTOR Journal of Consumer Research*, Vol. 39, No. 4 (December 2012), pp. 784-799.  
<http://www.jstor.org/stable/10.1086/665048>.  
(diunduh 24 Desember 2013)
- Men's Journey, 2013. Suasana Coffee Shop Terbukti Membuat Anda Makin Kreatif.  
<http://mensjourneyid.com/fyi-suasana-coffee-shop-terbukti-membuat-anda-makin-kreatif/>  
(diunduh tanggal 4 September 2013)
- Pink, Daniel H., 2006. *A Whole New Mind*. Riverhead Trade.