

## BAB IV ANALISIS DATA

### 4.1. Profil Perusahaan



SamCoffee dibuka didesain secara khusus untuk meminum kopi panas maupun dingin. SamCoffee berencana akan dibuka di Jl. Lampersari 17 Semarang. SamCoffee menjual minuman kopi yang berkualitas yang terbuat dari biji kopi pilihan dari dalam negeri. SamCoffee memiliki menu khusus yaitu kopi aren yang dibuat dengan menggunakan gula Aren. SamCoffee menawarkan minum kopi yang

enak dengan tempat yang nyaman dan mudah dikunjungi karena berada di depan perumahan. SamCoffee akan memberikan pengalaman minum kopi dan membuat aktivitas minum kopi menjadi sesuatu yang menyenangkan.

SamCoffee memiliki visi untuk menjadi bisnis minuman kopi yang menyediakan kopi melalui produk berkualitas yang terjangkau, servis cepat dan ramah, *quality control*, serta pengembangan bisnis yang kreatif. Misi SamCoffee adalah menjadikan SamCoffee lebih dari sekadar merek minuman tetapi bagian dari gaya hidup mereka, karenanya penghargaan ini membuktikan komitmen SamCoffee terhadap misi ini.



**Gambar 3 Logo Sam Coffee**

#### **4.2. Karakteristik Subyek**

Subyek dalam penelitian yaitu pemilik dari usaha SamCoffee, ialah Samuel Nugraha. Pemilik usaha ini berumur 23 tahun. Saat ini pemilik sedang menempuh pendidikan di bangku kuliah. SamCoffee ini mulai beroperasi di

Semarang pada tahun 2021.

Samuel dikenal sebagai sosok yang mempunyai disiplin dan bekerja keras dan Samuel mempunyai semangat yang tinggi dalam berwirausaha, terutama saat beliau merintis usaha kopi ini.

### 4.3 Analisis Data

#### 4.3.1 Aspek Pemasaran

Dalam aspek pemasaran, yang dianalisis adalah *Segmenting*, *Targeting* dan *Positioning*.

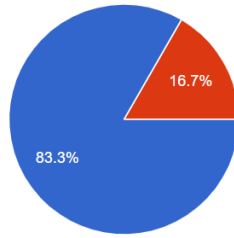
##### 4.3.1.1. *Segmenting*

Assauri (dalam Pomantow et al., 2019) mengemukakan bahwa segmentasi pasar adalah suatu cara untuk membedakan pasar menurut golongan pembeli, kebutuhan pemakai, motif, perilaku, dan kebiasaan pembelian, cara penggunaan produk dan tujuan pembelian produk tersebut

##### 1) Segmentasi Geografis

Pada segmentasi geografis, pasar dibagi menurut tempat. Teori dibalik strategi ini adalah bahwa orang yang tinggal di daerah yang sama mempunyai kebutuhan dan keinginan yang serupa. Konsumen yang menjadi penikmat SamCoffee adalah konsumen yang berada dan tinggal di Semarang dan sekitarnya.

Asal Daerah  
 ● Semarang  
 ● Luar Semarang

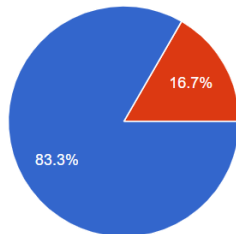


## 2) Segmentasi Demografi

Karakteristik demografis, misalkan usia, jenis kelamin, status perkawinan, penghasilan, pekerjaan, dan pendidikan, paling sering sebagai dasar untuk segmentasi pasar (Sahputra, 2017). Dalam segmentasi geografis, konsumen SamCoffee dengan usia rata-rata 10 hingga 50 tahun dengan jenis kelamin laki-laki. Usia konsumen SamCoffee memasuki usia yang stabil untuk dijadikan target pemasaran kopi. Latar belakang pendidikan konsumen kopi samcoffee bervariasi tetapi lebih banyak dari tingkat pendidikan sampai tingkat S.1. Dengan jenis pekerjaan karyawan dan wiraswasta.

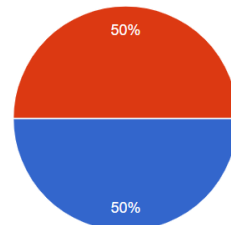
Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan



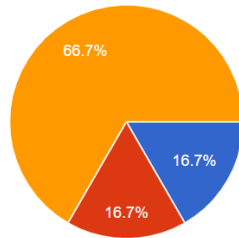
Pekerjaan

- Karyawan
- Wiraswasta
- Mahasiswa
- Lainnya



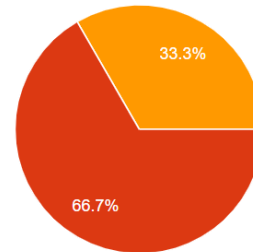
#### Tingkat Pendidikan

- SMA / SMK
- Diploma
- Sarjana
- Lainnya



#### Usia

- Kurang dari 20 tahun
- 21 - 30 tahun
- 31 - 40 tahun
- 41 - 50 tahun
- Di atas 50 tahun



### 3) Segmentasi Psikografis/Perilaku

Dalam segmentasi psikografis, para konsumen dibagi menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan gaya hidup, kepribadian, dan sikap. Segmentasi Pemilik SamCoffee adalah orang dengan gaya hidup sibuk bekerja, menginginkan stamina yang prima dan energik, seperti aktivitas keseharian serta mempunyai kebiasaan bekerja nongkrong bersama dengan teman maupun relasi. Berdasarkan sikap, yang menjadi segmentasi adalah konsumen yang mempunyai minat terhadap kopi. Berdasarkan kepribadian, konsumen yang suka terhadap produk yang berkualitas atau menyukai produk kopi yang berkualitas.

Alasan Anda menyukai kopi ?

Saya mempunyai gaya hidup sibuk bekerja

Karena saya menginginkan stamina yang prima dan energik,

Untuk menemani aktivitas saya sehari-hari

Saya menyukai kopi karena mempunyai kebiasaan bekerja nongkrong bersama dengan teman maupun relasi

Bagaimana kopi yang Anda minati

Kopi yang asli

Kopi yang enak

Kopi yang enak dan berkualitas

Minuman kopi dengan biji kopi asli

#### 4.3.1.2. *Targeting*

Targeting merupakan proses evaluasi dan pemilihan beberapa segmen pasar dari hasil segmentasi (Kotler dan Armstrong, 2014). Target pasar yang dituju oleh SamCoffee ialah segi target yang ditinjau SamCoffee adalah market kopi dengan harga 18 ribu sampai 22 ribu. Range harga tersebut dapat dijangkau dari kalangan menengah hingga kalangan atas sehingga peluang SamCoffee sangat besar untuk meraih pasar.

## Harga Menu Kopi

Menu	Harga
Es Kopi Susu	Rp18.000,00
Es Kopi Pokat	Rp28.000,00
Es Coco Presso	Rp18.000,00
Es Kopi Hitam	Rp15.000,00
Es Kopi Soklat	Rp20.000,00
Es Americano (kopi tanpa gula)	Rp15.000,00
Soy Coffe Latte	Rp25.000,00
Soy Coffe Latte + vanilla ice cream	Rp30.000,00
Ice Latte	Rp18.000,00

**Tabel 3 Harga Menu Kopi Janji Jiwa**

### 4.3.1.3. Positioning

*Positioning* dilakukan dengan mencari persaingan *brand* yang sudah ada sebelumnya. Caranya adalah kita menjelaskan posisi produk kepada konsumen.

- a. Strategi positioning yang dilakukan Sam Coffee adalah kopi disajikan secara fresh dan cepat. Sam Coffee juga didukung dengan aplikasi Go Food dan Grab Food, untuk mempermudah pelanggan mendapatkan kopi, tanpa mengantri dan membayar langsung di depan kasir. Pelanggan bisa pemesanan kopi melalui aplikasi yang dimana bisa dipesan dengan cepat
- b. Sam Coffee memberikan kopi dengan kualitas terbaik di setiap

komposisinya sehingga konsumen dapat menikmati kopi terbaik dari kualitas terbaik

- c. Sam Coffee didesain secara khusus untuk meminum kopi panas maupun dingin. Sam Coffee memiliki menu khusus yaitu kopi aren yang dibuat tanpa menggunakan gula.
- d. Sam Coffee menawarkan minum kopi yang enak dengan tempat yang nyaman dan mudah dikunjungi. Sam Coffee akan memberikan pengalaman minum kopi dan membuat aktivitas minum kopi menjadi sesuatu yang menyenangkan.

#### 4.3.1.4 *Bauran Pemasaran*

Bauran pemasaran dalam hal ini terdiri dari *product, price, place,* dan *promotion.*

##### ***Product***

Menurut Kotler & Keller (dalam Rafliatha et al., 2021), produk adalah berbagai hal guna pemenuhan kebutuhan yang ditawarkan ke pasar meliputi jasa, barang dalam bentuk fisik, pertukaran informasi dan ide-ide yang dapat dimanfaatkan oleh pembeli.

SamCoffee memiliki berbagai macam produk yang menjadi pilihan utama pecinta Coffee. Kopi yang ditawarkan adalah kopi susu gula aren, kopi Latte, dan kopi Americano. Dari sisi rasa, SamCoffee menggunakan biji kopi Arabika yang sebelumnya sudah disimpan selama delapan tahun. Selain itu, kedai kopi ini juga menggunakan bahan-bahan baku dari dalam negeri. Seperti misalnya susu yang dipasok dari Malang dan juga gula aren yang



didatangkan langsung dari tangan petani.



**Gambar 4 Kopi Latte**



**Gambar 5 Kopi Americano**

**Gambar 6 Kopi Susu Gula Aren**

### ***Price***

Menurut (Kotler & Armstrong, 2016), harga ialah bentuk uang yang menjadi penilai bagi konsumen untuk melakukan pembayaran atas produk

sebagai nilai tukar berdasarkan pemanfaatannya dari penggunaan produk atau jasa tersebut. Untuk harga produknya, SamCoffee mematok harga Rp 18.000-22.000 untuk seluruh produk.

### ***Place***

Menurut Lupiyoadi (dalam Rafliaha et al., 2021), tempat adalah lokasi yang berhubungan dengan perusahaan dalam melakukan kegiatan operasinya. Lokasi yang strategis menjadi faktor yang penting dalam kegiatan pemasaran, karena dapat meningkatkan penjualan dan mendatangkan banyak konsumen. Proses pemesanan produk SamCoffee bisa dilakukan dengan secara langsung dengan mendatangi gerai SamCoffee.

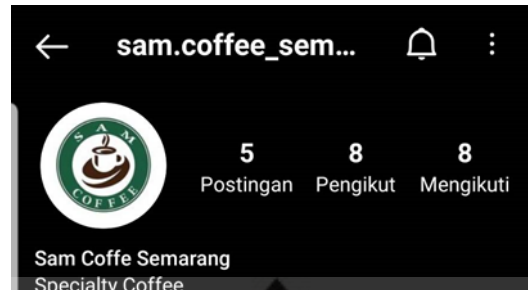
### ***Promotion***

Menurut Tjiptono (dalam Rafliaha et al., 2021), promosi merupakan satu dari sekian elemen yang terdapat di dalam marketing mix yang bertujuan untuk memberikan informasi, mengingatkan atau membujuk konsumen akan sebuah produk atau merek. Promosi yang dilakukan melalui :

#### ***a. Media sosial Instagram***

Salah satu bentuk promosi yang dilakukan SamCofee dalam memperkenalkan produknya adalah melalui media sosial. Media sosial digunakan pemilik SamCofee untuk memperkenalkan kedai kopi dan juga menginformasikan mengenai variasi jenis kopi yang ditawarkan oleh SamCofee. Media sosial yang digunakan meliputi Instagram. Untuk mendukung pemasaran melalui media sosial, SamCoffee juga melakukan

kegiatan endorsement dengan food blogger, selebgram, Hal tersebut dilakukan dengan cara paid promote dan melakukan give away.



**Gambar 7 Instagram Sam Coffee**

*b. Pemasaran Langsung*

Melalui pemasaran langsung, SamCoffee bisa dapat menginformasikan spesifikasi dari beragam variasi jenis Coffee. SamCoffee cafe juga melakukan demo penyeduhan kopi sebagai salah satu bentuk promosi.

*c. Loyalty Card*

SamCofee memberikan *loyalty card* untuk konsumen yang melakukan pembelian produk SamCoffee. Tujuan dari adanya *loyalty* program seperti yang disebutkan sebelumnya adalah untuk meningkatkan volume penjualan melalui bertambahnya jumlah pelanggan setia dan menarik pelanggan baru. Sehingga hal ini dapat mempermudah pelanggan konsumen untuk mendapatkan *reward*. *Loyalty card* ini diberikan kepada pelanggan dengan stempel dari SamCoffee, setiap pembelian kopi varian apa saja mendapatkan 1

stempel. Setelah mendapatkan 10 stempel, maka mendapatkan 1 kopi secara gratis.



**Gambar 8 Loyalty Card Sam Coffee**

*d. Promosi Lain*

Promosi lain yang dilakukan oleh SamCoffee adalah dengan memberikan diskon atau potongan harga pada minuman saat hari-hari spesial, seperti hari raya, hari kemerdekaan, dan lainnya. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan pada hari-hari yang bersangkutan karena tingkat konsumsi dan pembelian yang dilakukan oleh konsumen juga akan meningkat.

#### 4.3.2 Aspek Operasi

Perencanaan bisnis pada aspek produksi dilakukan dengan menentukan lokasi usaha, volume operasi, mesin dan peralatan, biaya

produksi, dan tata letak.

#### 4.3.2.1 Lokasi Usaha



Lokasi pada SamCoffee berada di depan rumah pemilik usaha, tepatnya di Jl. Lampersari No. 17, Semarang, untuk pemesanan secara langsung bisa mendatangi gerai SamCoffee di alamat tersebut. SamCoffee juga dapat dipesan melalui *Instagram*, hal ini dilakukan untuk semakin memudahkan pelanggan dalam memesan minuman.

#### 4.3.2.2 Volume Operasi

Volume produksi di SamCoffee sehari dapat menerima pesanan rata-rata 50 cup kopi dalam sehari. Saat ini SamCoffee sendiri baru memiliki pegawai untuk pemasangan pertama hanya 2 orang karyawan saja dan akan bertambah seiring dengan berjalannya waktu. SamCoffee memiliki target akan ada penambahan karyawan pada tahun depan untuk membantu proses produksi agar dapat bertambah volume produksinya.

## Data Frekuensi Kunjungan Konsumen pada Kafe Janji Jiwa

Frekuensi kunjungan dapat menggambarkan seberapa besar loyalitas atau kesetiaan konsumen untuk membeli dan mengonsumsi kopi Janji Jiwa. Tabel dibawah menunjukkan frekuensi kunjungan responden.

**Tabel 4 Data Frekuensi Kunjungan Konsumen**

No.	Kunjungan saya	Frekuensi konsumen (orang)	Persentase (%)
1	1	5	7,14
2	2	8	11,43
3	3	14	20,00
4	4	4	5,72
5	>5	39	55,71
Total		70	100

Sumber: Diolah dari data primer

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah kunjungan si penulis terbanyak ada pada jumlah kunjungan lebih dari 5 kali, sebanyak 39 orang dengan persentase sebesar 55,71%. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari 50 persen konsumen merupakan pelanggan loyal bagi kopi Janji Jiwa. Sementara itu, jumlah kunjungan konsumen terendah ada pada kunjungan ke 4 kali, sejumlah 4 orang dengan persentase sebesar 5,72%.

#### 4.3.2.3 Mesin dan Peralatan

Mesin dan peralatan produksi dalam SamCoffee adalah sebagai berikut:

**Tabel 5 Mesin dan Peralatan**

Mesin dan Peralatan	Satuan	Harga per Unit	Total	Umur Ekonomis	Biaya Penyusutan per tahun
Mesin Grinder Kopi	1	Rp 1.300.000	1.300.000	20	65.000
Cerek	2	Rp 1.125.000	2.250.000	10	225.000
Timbangan	1	Rp 305.500	305.500	10	30.550
Termometer Kopi Digital	2	Rp 19.800	39.600	10	3.960
Timer Kopi	2	Rp 65.000	130.000	5	26.000
Mesin Espresso Otomatis	1	Rp 17.200.000	17.200.000	20	860.000
Rok Presso	1	Rp 1.870.000	1.870.000	15	124.667
Sendok Takar	15	Rp 15.500	232.500	20	11.625
Set gelas dan cangkir kopi	3	Rp 77.000	231.000	10	23.100
Gelas ukur	5	Rp 19.500	97.500	10	9.750
Kulkas	1	Rp 2.800.000	2.800.000	10	280.000
Mesin penutup gelas plastik	1	Rp 700.000	700.000	5	140.000
<b>Total</b>			<b>27.156.100</b>		<b>1.799.652</b>

**Tabel 6 Perlengkapan**

	<b>Kuantitas</b>	<b>Satuan</b>	<b>Harga per Unit</b>	<b>Total</b>	<b>Umur Ekonomis</b>	<b>Biaya Penyusutan per tahun</b>
Gerobak	1	Unit	Rp 3.500.000	Rp 3.500.000	10	Rp 350.000
Baner dan tulisan gerobak	1	Unit	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	10	Rp 100.000
Meja kursi	2	Unit	Rp 320.000	Rp 640.000	15	Rp 42.667
<b>Total</b>				<b>Rp 5.140.000</b>		

**Gambar 9 Mesin dan Peralatan**

Keterangan:

1. Grinder Kopi



Menyimpan biji kopi secara utuh merupakan cara terbaik dalam menjaga kesegarannya. Untuk menghasilkan cita rasa yang baik, biji kopi perlu digiling sesaat sebelum diseduh. Coffee grinder yang dipakai adalah jenis otomatis. Grinder otomatis tidak memerlukan tangan, hanya memerlukan daya listrik untuk menggiling. SamCoffee memilih grinder yang hasil gilingannya cukup konsisten.



## 2. Cerek



Untuk menuangkan air panas ke dalam cangkir yang berisi kopi, diperlukan cerek atau ketel. Dalam hal ini penting untuk memilih ketel leher angsa. Model ketel leher angsa serta lubang yang kecil mampu mengucurkan air secara perlahan dan sedikit demi sedikit. Alat ini sangat dibutuhkan terlebih jika ingin menyeduh secara *manual brew*, khususnya metode *pour over*.

## 3. Timbangan



Timbangan bermanfaat sebagai perbandingan bahan-bahan yang dibutuhkan dalam proses penyeduhan. Namun, perkiraan tersebut terkadang kurang akurat dan bisa menyebabkan kopi tidak terekstrak secara maksimal. Untuk mempertahankan akurasi dan konsistensi cita rasa, maka diperlukan timbangan. Timbangan

memudahkan barista maupun pembuat kopi awam mempersiapkan proses penyeduhan. Alat ini bisa memberikan takaran lebih akurat daripada hanya mengira-ngira saja. Anda bisa mengukur dengan cepat banyak kopi yang diperlukan untuk setiap seduhan. Selain mengukur berapa banyak kopi yang dibutuhkan, timbangan juga berperan mengukur banyak air seduhan agar seduhan terasa hambar.

#### 4. Termometer Kopi Digital

Termometer digunakan agar hasil seduhan maksimal, suhu air yang digunakan tidak boleh sembarangan. Merebus air terlebih dahulu lebih baik daripada menyeduh menggunakan air yang disimpan dalam termos. Namun, air yang baru saja mendidih sebaiknya jangan langsung digunakan untuk menyeduh. Suhu ideal air panas untuk proses *brewing* ada pada kisaran 90 °C, diukur menggunakan thermometer.

#### 5. Timer



Timer dalam bentuk jarum dan digital. Timer digunakan untuk perhitungan detik saat menyeduh kopi.

## 6. Mesin Espresso Otomatis



Mesin tersebut sangat membantu barista untuk menyajikan minuman-minuman kopi dengan cepat. Meskipun terdapat fitur-fitur otomatis tetap dapat menakar, menggiling, serta memadatkan sendiri kopi sesuai dengan takaran kesukaan. Sehingga secara otomatis mesin akan berhenti sendiri begitu kopi telah mencapai takaran yang sudah diatur sedari awal.

## 7. Rok Presso

Rok Presso menggunakan tekanan tinggi untuk mengekstrak kopi. Namun, bedanya dengan mesin espresso, alat ini membuat tekanan secara manual. Caranya adalah dengan menekan kedua tuas yang terdapat pada alat ini.



#### 8. Sendok Takar Kopi

Sendok berbahan *stainless steel* banyak disukai karena tahan karat dan mudah dibersihkan. Harga sendok kopi *stainless steel* sudah termasuk 8 pcs. Bahan yang bagus tinggi membuat sendok ini cocok dalam jangka panjang.



#### 9. Set gelas dan cangkir kopi



Set gelas dan cangkir kopi ini berguna untuk menyajikan kopi dalam bentuk hangat. 1 set terdiri dari 7 pcs.

#### 10. Gelas ukur



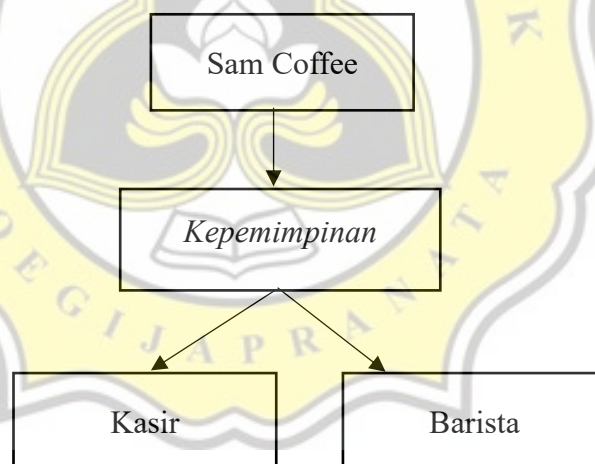
Gelas ukur, Shot glass ini biasanya digunakan untuk kalibrasi rasa espresso. Dengan gelas takar ini, maka akan sangat membantu anda dalam menyajikan kopi espresso base yang enak

#### 11. Kulkas

Kulkas bermanfaat untuk menyimpan bahan-bahan untuk membuat kopi misalnya susu, gula agar tidak cepat basi.

### 4.3.3 Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) adalah salah satu faktor pendukung yang sangat dominan dalam mewujudkan keberhasilan bisnis kafe. Perencanaan SDM didasarkan pada struktur organisasi dan operasional dari kafe tersebut. Dari posisi yang terdapat dalam struktur organisasi dapat diperkirakan jumlah dan tipe karyawan yang dibutuhkan untuk operasional kafe. Setelah diketahui jumlah dan tipe karyawan yang dibutuhkan, manajemen kafe kemudian melakukan proses rekrutmen. Untuk menjalankan operasional SamCoffee tentunya diperlukan sebuah struktur organisasi untuk mencapai keteraturan. Berikut adalah struktur organisasi dari SamCoffee :



**Gambar 10 Struktur Organisasi Sam Coffee**

#### 4.2.1.1 Job Description

Setelah menyusun struktur organisasi maka akan dibutuhkan deskripsi dan spesifikasi pekerjaan untuk mengidentifikasi dan

menentukan secara rinci tugas – tugas yang harus dikerjakan dan persyaratan yang harus dipenuhi untuk suatu jabatan.

a. Owner

- 1) Melakukan perencanaan inovasi yang akan dilakukan SamCoffee
- 2) Mengawasi jalannya usaha SamCoffee
- 3) Membuat perencanaan pemasaran
- 4) Cek laporan keuangan
- 5) Menganalisis fenomena perilaku konsumen
- 6) Memastikan segala kegiatan operasi sesuai prosedur
- 7) Mengadakan briefing

b. Kasir

- 1) Melayani pemesanan konsumen
- 2) Melayani pembayaran atas pesanan konsumen
- 3) Membuat laporan keuangan

c. Barista

- 1) Membuat pesanan
- 2) Melakukan pengecekan pada persediaan bahan baku
- 3) Melayani konsumen
- 4) Membersihkan area Coffee-shop

#### **4.2.1.2 Job Spesification**

Job specification memberikan uraian mengenai hal penting yang

berhubungan dengan pekerjaan seperti keterampilan, pendidikan, pengalaman yang nantinya akan membantu karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan dan mencapai tujuan perusahaan. Spesifikasi pekerjaan adalah pernyataan tertulis tentang syarat-syarat atau kualifikasi pendidikan, tingkat pengalaman, fisik, emosi, keterampilan teknis dan komunikasi yang diperlukan untuk melakukan suatu pekerjaan.

1) Kasir

Spesifikasi Pekerjaan:

- Pria / Wanita
- Lulusan SMK Akuntansi
- Usia max. 28 tahun
- Memiliki penampilan menarik
- Bekerja dengan jujur dan ramah
- Mampu mengoperasikan MS Word dan MS Excel
- Mampu bekerja dengan detail, teliti, dan sistematis - Bersedia kerja shift
- Memiliki jiwa kepemimpinan yang baik
- Mampu membaca, menganalisis, dan membuat keputusan dalam laporan keuangan
- Mampu untuk membuat perencanaan strategis pemasaran
- Mampu memimpin tim
- Menguasai sistem komputer
- Jujur, disiplin dan bertanggung jawab



## 2) Barista

### Spesifikasi Pekerjaan:

- Pria / Wanita
- Lulusan min. SMA/SMK
- Usia max. 27 tahun
- Disiplin
- Mampu mengoperasikan Coffeee machine
- Mempunyai pengalaman barista atau pelatihan bartending
- Bersedia kerja shift
- Jujur, disiplin dan bertanggung jawab

### 4.2.1.3 Rekrutmen

Rekrutmen atau penarikan adalah proses menarik perhatian sejumlah karyawan potensi dan mendorong mereka agar melamar pekerjaan pada sebuah organisasi. Dan seleksi adalah proses identifikasi dan pemilihan orang-orang dari sekumpulan pelamar yang paling cocok dengan posisi yang ditawarkan

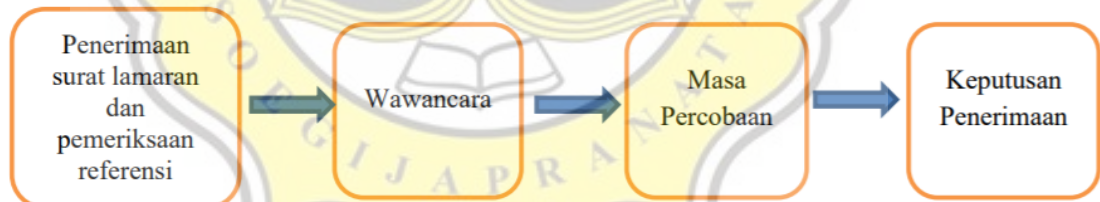
Perekrutan karyawan dapat dilakukan dengan menggunakan iklan di media internet, radio, koran dan majalah. Dengan menggunakan beberapa media, diharapkan semakin membuka peluang untuk menemukan karyawan yang sesuai yang diinginkan. Perekrutan karyawan dapat dilakukan juga di perguruan tinggi yaitu dengan memasang iklan di perguruan tinggi untuk merekrut sekaligus

menyeleksi pelamar part time/full time yang berasal dari perguruan tinggi. Seleksi karyawan dapat dilakukan melalui wawancara dengan pemilik SamCoffee, seleksi karyawan harus dilakukan secara hati-hati agar tercapai kesesuaian antara orang dan pekerjaan. Disamping itu seleksi bertujuan agar tidak salah dalam memilih karyawan yang dapat berdampak terhadap kinerja, biaya dan konsekuensi hukum

Proses rekrutmen dari SamCoffee menggunakan beberapa cara yaitu melalui:

- a. Pelamar langsung datang ke SamCoffee
- b. Pemasangan iklan di media surat kabar dan media elektronik
- c. Lamaran berdasarkan informasi dari orang dalam

Setelah proses rekrutmen, SamCoffee melakukan tahap seleksi sebagai berikut :



**Gambar 11 Tahap Seleksi Sam Coffee**

Penjelasan Gambar:

1. Penerimaan Surat Lamaran dan Pemeriksaan Referensi

Menerima dan melakukan seleksi surat lamaran dan mempertimbangkan referensi calon pelamar sesuai dengan

persyaratan yang diajukan.

## 2. Wawancara

Apabila lamaran tersebut telah sesuai dengan persyaratan dan pertimbangan yang diajukan maka dilanjutkan pada tahap wawancara.

## 3. Masa Percobaan

Setelah melalui tahap penerimaan, pemeriksaan, dan wawancara bagi pelamar yang telah berhasil melaluinya maka akan diberikan masa percobaan selama 1 minggu untuk melihat bagaimana cara pelamar tersebut dapat bekerja dan mengatasi permasalahan yang terjadi

## 4. Keputusan Penerimaan

Setelah melalui masa percobaan apabila pelamar tersebut memperlihatkan kerja yang baik dan memberikan hal positif bagi kemajuan SamCoffee maka akan diterima untuk bekerja dan segera dilakukan kontrak kerja.

### 4.3.4 Aspek Keuangan

Aspek terpenting dalam pengembangan bisnis adalah perhitungan keuangan. Perhitungan keuangan diantaranya adalah seluruh dana yang dibutuhkan baik modal untuk investasi maupun modal kerja, biaya produksi, biaya penjualan, biaya administrasi, dan tingkat keuntungan yang akan didapatkan perusahaan atau bahkan kemungkinan kerugian. Tujuan

menganalisis aspek keuangan dari pengembangan bisnis adalah untuk menentukan investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan seperti ketersediaan dana, biaya modal awal, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah proyek akan dapat berkembang terus.

### Data pembelian dari Sam Coffee

**Tabel 7 Pembelian Sam Coffee**

Mesin dan Peralatan	Satuan	Harga per Unit	Total	Umur Ekonomis	Biaya Penyusutan per tahun
Mesin Grinder Kopi	1	Rp 1.300.000	1.300.000	20	65.000
Cerek	2	Rp 1.125.000	2.250.000	10	225.000
Timbangan	1	Rp 305.500	305.500	10	30.550
Termometer Kopi Digital	2	Rp 19.800	39.500	10	3.960
Timer Kopi	2	Rp 65.000	130.000	5	26.000
Mesin Espresso Otomatis	1	Rp 17.200.000	17.200.000	20	860.000
Rok Presso	1	Rp 1.870.000	1.870.000	15	124.667
Sendok Takar	15	Rp 15.500	232.500	20	11.625
Set gelas dan cangkir kopi	3	Rp 77.000	231.000	10	23.100
Gelas ukur	5	Rp 19.500	97.500	10	9.750
Kulkas	1	Rp 2.800.000	2.800.000	10	280.000
Mesin penutup gelas plastik	1	Rp 700.000	700.000	5	140.000
<b>Total</b>			<b>27.156.000</b>		<b>1.799.652</b>

Untuk peralatan disusutkan dengan metode garis lurus dengan umur ekonomis antara 5 hingga 20 tahun.

### Biaya Gaji

**Tabel 8 Biaya Gaji**

Jabatan	Jumlah	Biaya gaji	Total
---------	--------	------------	-------

Kasir	1	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
Barista	1	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
<b>Total</b>			<b>Rp 4.000.000</b>

Untuk biaya gaji tiap bulan yang dikeluarkan sebesar Rp 4.000.000,- meliputi kasir dan barista. Lalu untuk biaya gaji setahun = Rp 4.000.000 X 12 = Rp 48.000.000,-.

### Biaya Operasional per bulan

Untuk biaya operasional tiap bulan yang dikeluarkan sebesar Rp 1.450.000,00, meliputi biaya listrik, air, transportasi, pulsa, internet & telp, bensin dan lain-lain.

**Tabel 9 Biaya Operasional**

Biaya Listrik	Rp	450.000
Biaya Air	Rp	300.000
Biaya Pulsa dan Telp	Rp	350.000
Biaya Bensin	Rp	350.000
<b>Total</b>	<b>Rp</b>	<b>1.450.000</b>

Dalam setahun Biaya lain-lainnya = Rp 1.450.000 X 12 = Rp 17.400.000,-.

Kemudian untuk harga pokok produksi untuk membuat kopi adalah:

**Tabel 10 Harga Pokok Produksi**

Bahan dan Perlengkapan	Kuantitas	Satuan	Harga per Unit	Total
Biji Kopi	7,5	Kg	110.000	825.000
Gelas	30	Pack	5.000	150.000
Sedotan	1.500	Unit	55	82.500
Kertas Saring V60	3	Lusin	13.500	33.750
Air mineral	8	Galon	21.000	168.000
Susu Cair	150	Pcs	20.000	3.000.000
Gula	11	Kg	15.000	168.750
Ice	75	Kg	10.000	750.000
Susu Kental Manis	27	Gram	15.000	405.000
Creamer	8	Kg	80.000	600.000
Gula aren	30	Kg	50.000	1.500.000

Gelas plastik	50	Pcs	400	20.000
Sedotan	1.300	Pcs	25	32.500
Kertas Saring V60	40	Pcs	450	18.000
Plastik kantong kecil	90	Pcs	155	13.950
Tutup gelas gambar tempel	1.500	Pcs	300	450.000
<b>Total</b>				<b>8.217.450</b>

Dalam setahun Biaya bahan dan Perlengkapan = 8.217.450 X 12 = Rp 98.609.400,-.

<b>Biaya Bahan-Bahan Kopi Gula Aren per Cup</b>				
Susu Full Cream	100	Gram	20	2.000
Kopi dan Air	100	Gram	7,5	750
Gula pasir	8	Gram	14,5	115
Gula aren	10	Gram	100	1.000
Susu Kental Manis	10	Gram	27	270
Es	10	Gram	50	500
Krimer	10	Gram	45	450
Gelas Plastik	1	Biji	400	400
Sedotan Plastik	1	Biji	25	25
<b>Total</b>				<b>5.510</b>

### Cara 1

#### Modal / Pemasukan :

Biaya modal = Bahan Baku & Perlengkapan + Biaya Lain-Lain + Biaya Gaji  
= Rp 98.609.400 + Rp 17.400.000 + Rp 48.000.000  
= Rp 164.009.400,- setahun

Total pengeluaran yang di gunakan dalam setahun produksi menghasilkan  
50 Cup X 30 hari X 12 Bulan = 18.000 cup produk setahun dengan modal  
pengeluaran Rp 164.009.400,- dalam setahun.

#### Penentuan harga jual :

Harga Pokok Produksi = Total Modal setahun : Hasil Produksi setahun  
= Rp 164.009.400 : 18.000 cup  
= Rp 9.111,633 ,- per cup

Harga Jual per unit = HPP per unit + Laba yang diinginkan

Rp 18.000 = Rp 9.111,633 + Laba yang diinginkan

Rp 18.000 – Rp 9.111,633 = Laba yang diinginkan

Laba yang diinginkan = Rp 8.888,367 ,- per cup

#### Perhitungan Laba/Rugi :

$$\begin{aligned}
\text{Laba setahun} &= (\text{Hasil Produksi setahun} \times \text{Harga jual}) - \text{Modal setahun} \\
&= (18.000 \text{ pcs} \times \text{Rp } 18.000) - \text{Rp } 164.009.400 \\
&= 324.000.000 - \text{Rp } 164.009.400 \\
&= \text{Rp } 159.990.600,-
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\text{Laba 1 kopi} &= \text{Laba setahun} : \text{Hasil Produksi setahun} \\
&= \text{Rp } 159.990.600 : 18.000 \text{ cup} \\
&= \text{Rp } 8.888,367,- \text{ per cup}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\text{Persentase Laba} &= \text{Laba} : \text{Penjualan} \times 100\% \\
&= \text{Rp } 159.990.600 : (164.009.400 + 159.990.600) \times 100\% \\
&= \text{Rp } 159.990.600 : 324.000.000 \times 100\% \\
&= 49,38 \% \text{ per cup}
\end{aligned}$$

Persentase dari laba bersih yang didapat dalam satu kali produksi yaitu 49%

## Cara 2

Laba Bersih per Cup :

$$\begin{aligned}
\text{Laba Kotor} &= \text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Kopi per Cup} \\
&= \text{Rp } 18.000 - \text{Rp } 5.510 \\
&= \text{Rp } 12.490,- \text{ per cup}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\text{Biaya Operasional} &= \text{Total Biaya} : \text{Hasil Produksi} \\
&= 1.450.000 : (30 \text{ hari} \times 50 \text{ Cup}) \\
&= \text{Rp } 967,- \text{ per cup}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\text{Gaji kerja karyawan} &= \text{Biaya Gaji} : \text{Hasil Produksi} \\
&= 4.000.000 : (30 \text{ hari} \times 50 \text{ Cup}) \\
&= \text{Rp } 2.667,- \text{ per cup}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\text{Harga Pokok Produksi} &= \text{Laba Kotor} + \text{Biaya Operasional} + \text{Gaji kerja} \\
&= 12.490 + 967 + 2.667 \\
&= \text{Rp } 9.144,- \text{ per cup}
\end{aligned}$$

Jadi,

$$\begin{aligned}
\text{Laba bersih per Cup} &= \text{Laba Kotor} - \text{Biaya Operasional} - \text{Gaji kerja} \\
&= \text{Rp } 12.490 - \text{Rp } 967 - \text{Rp } 2.667 \\
&= \text{Rp } 8.856,- \text{ per cup (Layak)}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\text{Persentase Laba} &= (\text{Laba} : \text{Penjualan}) \times 100\% \\
&= (8.856 : 18.000) \times 100\% \\
&= 0,492 \times 100\% \\
&= 49,2 \% \text{ per cup}
\end{aligned}$$





Berikut laporan arus kas dan laba ruginya:

**LAPORAN ARUS KAS  
SAM COFFEE**

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>Tahun</b>	<b>Tahun</b>	<b>Tahun</b>	<b>Tahun</b>	<b>Tahun</b>
<b>Kas Masuk</b>					
Setoran Modal	50.000.000	-	-	-	-
Omset Penjualan	324.000.000	340.200.000	357.210.000	375.070.500	393.824.025
<b>Total Kas Masuk</b>	<b>374.000.000</b>	<b>340.200.000</b>	<b>357.210.000</b>	<b>375.070.500</b>	<b>393.824.025</b>
<b>Kas Keluar</b>					
Peralatan	<b>27.156.000</b>	-	-	-	-
HPP	98.609.400	103.539.870	108.716.864	114.152.707	119.860.342
Biaya Gaji	48.000.000	48.000.000	48.000.000	48.000.000	48.000.000
Biaya Listrik	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000
Biaya Air	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000
Biaya Pulsa, Internet & Telp	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000
Biaya bensin	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000
<b>Total Kas Keluar</b>	<b>191.165.400</b>	<b>168.939.870</b>	<b>174.116.864</b>	<b>179.552.707</b>	<b>185.260.342</b>
<b>Arus Kas Bersih per tahun</b>	<b>182.834.600</b>	<b>171.260.130</b>	<b>183.093.136</b>	<b>195.517.793</b>	<b>208.563.683</b>
<b>Saldo Tahun Sebelumnya</b>	<b>-</b>	<b>182.834.600</b>	<b>354.094.730</b>	<b>537.187.866</b>	<b>732.705.659</b>
<b>Sisa Kas Akhir tahun</b>	<b>182.834.600</b>	<b>354.094.730</b>	<b>537.187.866</b>	<b>732.705.659</b>	<b>941.269.342</b>

**Tabel 11 Laporan Arus Kas Sam Coffee**

**Omset penjualan** = Harga jual produk X Jumlah Penjualan per Tahun  
 = Rp 18.000 X ( 50 cup X 30 hari X 12 bulan )  
 = Rp18.000 X 18.000 cup = Rp 324.000.000,-

**Omset penjualan tahun ke 2 = Omset penjualan tahun 1 X (1+5%)**

Total kas masuk = Setoran modal + Omset penjualan

Total kas keluar = peralatan + HPP + Total Biaya

Arus kas bersih per tahun = Total kas masuk – Total kas keluar

Sisa kas akhir tahun = arus kas bersih per tahun + Saldo tahun sebelumnya

Saldo tahun sebelumnya = Sisa kas akhir tahun dari tahun sebelumnya

**Laporan Laba Rugi**  
**SamCoffee**

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>Tahun</b>	<b>Tahun</b>	<b>Tahun</b>	<b>Tahun</b>	<b>Tahun</b>
<b>Penjualan</b>	324.000.000	340.200.000	357.210.000	357.070.500	393.824.025
<b>HPP</b>	98.609.400	103.539.870	108.716.864	114.152.707	119.860.342
<b>Laba Kotor</b>	<b>225.390.600</b>	<b>236.660.130</b>	<b>248.493.136</b>	<b>242.917.793</b>	<b>273.963.683</b>
<b>Bi. Operasional</b>					
Bi. Penyusutan	1.799.652	1.799.652	1.799.652	1.799.652	1.799.652
Bi. Gaji	48.000.000	48.000.000	48.000.000	48.000.000	48.000.000
Bi. Listrik	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000	5.400.000
Bi. Air	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000
Bi. Pulsa, Internet dan telpon	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000
Bi. Bensin	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000	4.200.000
<b>Total Biaya</b>	<b>67.199.652</b>	<b>67.199.652</b>	<b>67.199.652</b>	<b>67.199.652</b>	<b>67.199.652</b>
<b>Laba Rugi Bersih</b>	<b>158.190.948</b>	<b>169.460.478</b>	<b>181.293.484</b>	<b>175.718.141</b>	<b>206.764.031</b>
<b>Laba Ditahan sebelumnya</b>	-	<b>158.190.948</b>	<b>327.651.426</b>	<b>508.944.910</b>	<b>684.663.051</b>
<b>Laba Ditahan</b>	<b>158.190.948</b>	<b>327.651.426</b>	<b>508.944.910</b>	<b>684.663.051</b>	<b>981.427.082</b>

**Tabel 12 Laporan Laba Rugi Sam Coffee**

Kemudian setelah memproyeksikan laporan keuangan langkah selanjutnya adalah Menganalisis sumber permodalan dan penganggaran dana untuk mengembangkan bisnis SamCoffee dengan menganalisis dengan parameter keuangan seperti Payback Period (PP). Net Present Value (NPV) dan Internal Rate Return (IRR).

**4.3.4.1 Payback Period**

Metode perhitungan investasi yang menghitung waktu yang

dibutuhkan oleh arus kas dari investasi, dimana arus kas yang ada sudah didiskontokan dengan biaya modal dari proyek. Hasil yang didapat dengan menggunakan payback period ini adalah satuan waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan nilai investasi awal atau modal dari investasi.

Periode	Arus Kas	Arus Kas Kumulatif
Investasi Awal	(50.000.000)	
Cash Flow tahun 1	182.834.600	132.834.600
Cash Flow tahun 2	354.094.730	486.929.330
Cash Flow tahun 3	537.187.866	1.024.117.196
Cash Flow tahun 4	732.705.659	1.756.822.855
Cash Flow tahun 5	941.269.342	2.698.092.197

**Tabel 13 Payback Period Sam Coffee**

$$\text{Tahun } 0 + \frac{50.000.000}{182.834.600}$$

$$\text{Tahun } 0 + (0.2734 \times 12 \text{ Bulan})$$

$$\text{Tahun } 0 + 3,2816 \text{ Bulan}$$

Jadi jangka waktu pengembalian modal perusahaan ada pada bulan ke 3.

#### 4.3.4.2 Net Present Value

NPV merupakan metode perhitungan investasi dimana arus kas di masa yang akan datang didiskontokan pada masa sekarang. Kriteria NPV adalah:

- Jika NPV positif maka proyek diterima atau dijalankan

b. Jika NPV negatif maka proyek ditolak.

Net Present Value Periode	Arus kas	Discount factor 6,0%	Discounted cash flow
Investasi awal	(50.000.000)	1	(50.000.000)
Cash flow tahun 1	182.834.600	1,060	172.485.471,7
Cash flow tahun 2	354.094.730	1,124	315.030.898,6
Cash flow tahun 3	537.187.866	1,191	451.039.350,1
Cash flow tahun 4	732.705.659	1,262	580.590.855
Cash flow tahun 5	941.269.342	1,338	703.489.792,2
<b>Total</b>			<b>2.172.636.368</b>

**Tabel 14 Net Present Value**

Discount Factor = Tingkat suku bunga Bank

$$1,060 = (1 + 6\%)^1$$

Discounted Cash Flow = Arus kas / Discount Factor

Total = 2.172.636.368 = Positif, berarti layak untuk dijalankan

Dari hasil perhitungan di atas dapat dilihat bahwa nilai NPV bertanda positif sehingga dapat dikatakan bahwa investasi yang dilakukan untuk jangka waktu penilaian selama 5 tahun adalah **layak untuk dilakukan**.

#### 4.4.3 Internal Rate Return

Internal rate of return adalah indikator tingkat efisiensi dari sebuah investasi. IRR juga dikenal sebagai metode untuk menghitung tingkat bunga suatu investasi dan menyamakannya dengan nilai investasi saat ini berdasarkan penghitungan kas bersih di masa mendatang

Pengambilan keputusan investasi berdasarkan metode IRR menggunakan asumsi sebagai berikut:

a. Suatu investasi dikatakan layak, jika nilai IRR yang dihasilkan lebih

besar dari tingkat bunga yang diterapkan.

- b. Suatu investasi dikatakan tidak layak, jika nilai IRR yang dihasilkan lebih kecil dari tingkat bunga yang diterapkan.



### Internal Rate of Return

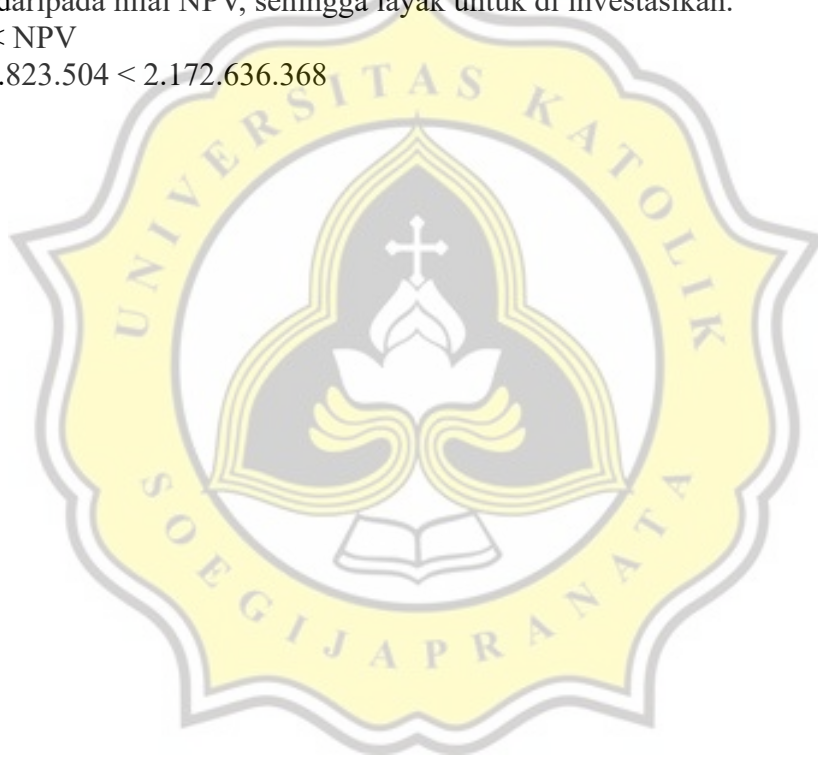
Periode	Arus kas	Discount factor 8,0%	Discounted cash flow
Investasi awal	(50.000.000)	1	(50.000.000)
Cash flow tahun 1	182.834.600	1,080	169.291.296,3
Cash flow tahun 2	354.094.730	1,166	303.683.301,9
Cash flow tahun 3	537.187.866	1,260	426.339.576,2
Cash flow tahun 4	732.705.659	1,360	538.754.161
Cash flow tahun 5	941.269.342	1,469	640.755.168,1
<b>Total</b>			<b>2.028.823.504</b>

**Tabel 15 Internal Rate of Return**

Dari hasil perhitungan di atas kita dapat mengetahui bahwa nilai IRR lebih kecil daripada nilai NPV, sehingga layak untuk di investasikan.

$IRR < NPV$

$2.028.823.504 < 2.172.636.368$



### Perhitungan Interpolasi

Selisih Bunga	Selisih PV	Selisih PV dengan investasi awal
6%	2.222.636.368	2.222.636.368
8%	2.078.823.504	50.000.000
2,0%	143.812.864	2.172.636.368
IRR =	36,2%	

**Tabel 16 Perhitungan Interpolarisasi**

Selisih NPV dan IRR

$$NPV = 2.172.636.368 - (50.000.000) = 2.222.636.368$$

$$IRR = 2.028.823.504 - (50.000.000) = 2.078.823.504$$

Persentase IRR

$$IRR = 6\% + ( 2.172.636.368 : 143.812.864 ) \times 2\%$$

$$IRR = 0,06 + 0,302$$

$$IRR = 0,362 = 36,2\%$$

Usulan proyek Investasi tersebut sebaiknya diterima karena  $IRR > 6\%$ .

Berdasarkan perhitungan di atas bahwa payback period 10 bulan (kurang dari jangka waktu 5 tahun), NPV yang menghasilkan angka positif sebesar Rp 2.172.636.368,- , dan IRR lebih besar dari tingkat bunga yang diterapkan. Hasil ini menunjukkan bahwa proyek SamCoffee layak untuk dijalankan dan memiliki prospek yang menjanjikan.