

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk membuat gambaran dan analisis usaha pada usaha Sweet Lagoon Kafe, di kota Bandung, yang rencananya akan berdiri di daerah bilangan Jalan Riau (LLRE Martadinata), sebagai tujuan utama turis yang berkunjung ke Bandung. Konsep Sweet Lagoon adalah sebuah Grill Cafe yang berusaha untuk menghadirkan suasana pantai, sebagai pilihan kafe yang enak dikunjungi.

Sebagai sebuah perusahaan yang baru berdiri, Sweet Lagoon Cafe membutuhkan adanya analisis usaha, dari Pemasaran, Operasional, Sumber Daya Manusia, dan keuangan yang ditujukan untuk memastikan bahwa perusahaan dapat melaksanakan kegiatan kerjanya dengan baik. Sasarannya, adalah melihat potensi usaha yang dimiliki, sehingga dapat menjadi usaha yang berkelanjutan dan dapat bertahan.

Daris segi strategi, sttategi yang akan digunakan oleh Sweet Lagoon Cafe adalah S-W, yaitu menutupi kurang dengan kelebihan yang dimiliki, dan dengan demikian dapat membuat Sweet Lagoon Cafe menjadi lebih dikenal oleh masyarakat. Strategi pemasaran yang dilakukan diarahkan pada segmen Pelajar, Mahasiswa, dan Karyawan dengan tingkat sosioekonomi menengah. Dengan inovasi lokasi dan produk *grill* yang unik dan berbeda.

Dari perhitungan yang dilakukan, maka peneliti menemukan bahwa Sweet Lagoon Cafe dapat memberikan tingkat profitabilitas yang baik, yaitu memiliki tingkat pengembalian dalam bentuk Cashflow, NPV, Payback Period, dan IRR yang menjadi indikator keuntungan. Untuk itu, usaha Sweet Lagoon cafe merupakan usaha yang layak untuk dijalankan

Kata kunci: Business Plan, Kafe, Analisis Usaha, Sweet Lagoon, Grill

ABSTRACT

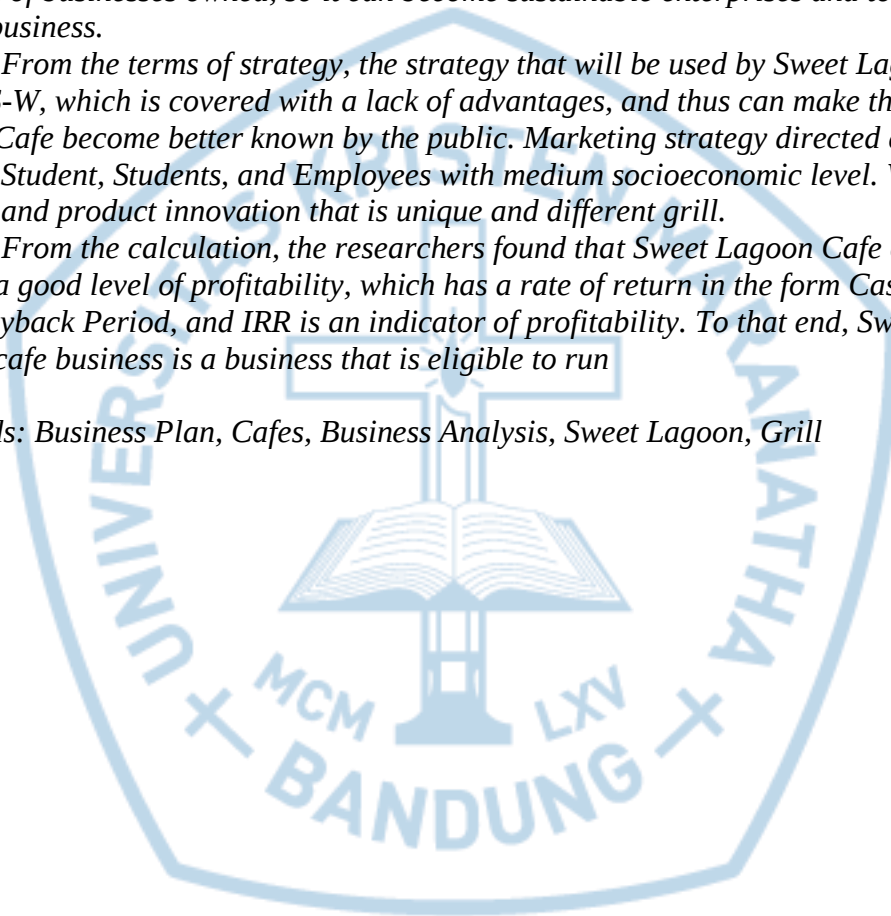
This study aimed to create an overview and analysis of business on the business Sweet Lagoon cafe, in the city of Bandung, which is planned to be established in the area number Jalan Riau (LLRE Martadinata), as the main purpose of tourists who visit Bandung. The concept Sweet Lagoon is a Grill Cafe, which seeks to bring the atmosphere of the beach, a delicious selection of cafes visited.

As a newly established company, Sweet Lagoon Cafe requires the analysis of the business, from Marketing, Operations, Human Resources, and finance aimed at ensuring that the company can carry out its activities properly. The goal, is to see the potential of businesses owned, so it can become sustainable enterprises and to thrive as an new business.

From the terms of strategy, the strategy that will be used by Sweet Lagoon Cafe is S-W, which is covered with a lack of advantages, and thus can make the Sweet Lagoon Cafe become better known by the public. Marketing strategy directed at the segment Student, Students, and Employees with medium socioeconomic level. With the location and product innovation that is unique and different grill.

From the calculation, the researchers found that Sweet Lagoon Cafe can provide a good level of profitability, which has a rate of return in the form Cashflow, NPV, Payback Period, and IRR is an indicator of profitability. To that end, Sweet Lagoon cafe business is a business that is eligible to run

Keywords: Business Plan, Cafes, Business Analysis, Sweet Lagoon, Grill



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
 BAB I: RINGKASAN EKSEKUTIF	 1
1.1.Deskripsi Konsep Bisnis.....	1
1.2.Deskripsi Bisnis.....	7
 BAB II: ANALISIS PELUANG DAN ASPEK PRODUK.....	 10
2.1. Analisis Peluang	10
2.1.1. Analisis SWOT.....	10
2.1.1.1. <i>Pengertian Analisis SWOT</i>	10
2.1.1.2. <i>Komponen SWOT</i>	13
2.1.2. Analisis Matrix BCG (Boston Consulting Group)	17
2.1.2.1. <i>Pengertian Analisis Matrix BCG (Boston Consulting Group)</i>	17
2.1.2.2. <i>Komponen Matrix BCG (Boston Consulting Group)</i>	18
2.1.3. Analisis Product Life Cycle.....	20
2.1.3.1. <i>Pengertian Analisis Product Life Cycle</i>	20
2.1.3.2. <i>Komponen Product Life Cycle</i>	21
2.2. <i>Konsep Produk</i>	31
 BAB III: ASPEK PEMASARAN.....	 35

3.1.Strategi pemasaran.....	35
3.1.1. Pengertian Strategi Pemasaran	35
3.1.2. Pengertian Marketing Mix Jasa	39
3.1.3. <i>Komponen marketing Mix Jasa</i>	39
3.1.3.1. <i>Product</i>	39
3.1.3.2. <i>Price</i>	41
3.1.3.3. <i>Place</i>	42
3.1.3.4. <i>Promotion</i>	44
3.1.3.5. <i>People</i>	46
3.1.3.6. <i>Process</i>	47
3.1.3.7. <i>Physical Evidence</i>	48
3.2.Segmentasi Pasar	48
3.3.Targeting	53
3.4.Positioning.....	54
 BAB IV: ASPEK OPERASIONAL	 57
4.1 Peralatan Dan Kapasitas Produksi/Operasi	57
4.1.1. Key Operational.....	64
4.2 Proses Produksi/Operasi	66
4.3. Lokasi Dan Tata Letak(<i>Layout</i>).....	69
 BAB 5: ASPEK SUMBER DAYA INSANI DAN MANAJEMEN	 82
5.1 Struktur Organisasi	82
5.2.waktu Kerja Dan Kompensasi	98
5.3 Standard Operating Procedure.....	107

BAB VI: ASPEK KEUANGAN	115
6.1.Proyeksi neraca.....	115
6.3Proyeksi Arus Kas	117
6.4.Penilaian kelayakan investasi	118
6.6. Kesimpulan.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	122



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Menu Khas.....	32
Tabel 4.1 Investasi Sweet Lagoon Cafe	57
Tabel 4.2 <i>Operational Expense Sweet Lagoon Cafe</i>	59
Tabel 4.3 Depreciation Expense.....	61
Tabel 4.4 Menu makanan pada <i>Sweet Lagoon Cafe</i>	62
Tabel 4.5 Menu minuman pada <i>Sweet Lagoon Cafe</i>	62
Tabel 5.1 Shift kerja karyawan <i>Sweet Lagoon Cafe</i>	63
Tabel 5.2 <i>Productivity planning Sweet Lagoon Cafe</i>	64
Tabel 5.3 Kompensasi gaji karyawan <i>Sweet Lagoon Cafe</i>	64
Tabel 5.4 Total gaji karyawan <i>Sweet Lagoon Cafe</i> yang harus dibayar.....	65
Tabel 5.5 THR karyawan <i>Sweet Lagoon Cafe</i>	66
Tabel 5.6 THR karyawan <i>Sweet Lagoon Cafe</i> yang harus dibayar	67
Tabel 5.7 Take Home Pay karyawan <i>Sweet Lagoon Cafe</i>	67
Tabel 5.8 <i>Take Home Pay</i> karyawan <i>Sweet Lagoon Cafe</i> yang harus dibayarkan....	68
Tabel 5.9 <i>Human Resource Planning Sweet Lagoon Cafe</i>	69
Tabel 5.10 Tunjangan kesehatan BPJS yang diberikan kepada karyawan <i>Sweet Lagoon Cafe</i>	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar1.1 Jumlah Penduduk.....	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Penduduk Indonesia	3
Gambar 1.3 Masuknya Wisatawan ke Kota Bandung	4
Gambar 1.4 Perkembangan usaha Restoran dan Bar di Kota Bandung	5
Gambar 1.4 Logo <i>Sweet Lagoon Cafe</i>	7
Gambar 2.1 <i>SWOT Analysis</i>	11
Gambar 2.2 <i>BCG Matrix</i>	18
Gambar 2.3 <i>Product Life Cycle</i>	21
Gambar 2.4 Permintaan konsumen mengenai kafe dan <i>burger</i> dibandingkan <i>pasta</i> .	28
Gambar 2.5 Pencarian <i>burger</i>	28
Gambar 2.6 Pencarian kafe di Kota Bandung	29
Gambar 2.7 Kafe di Kota Bandung yang enak.....	29
Gambar 2.8 Kafe di Kota Bandung yang <i>cozy</i>	30
Gambar 2.9 Minat terhadap <i>fresh burger</i>	31
Gambar 4.1 Peta lokasi <i>Sweet Lagoon Cafe</i>	35
Gambar 5.1 Struktur organisasi <i>Sweet Lagoon Cafe</i>	56
Gambar 5.2 Contoh <i>recruitment</i> melalui iklan koran.....	95
Gambar 5.3 Contoh <i>recruitment</i> melalui ilustrasi pamflet.....	96
Gambar 5.4 Contoh <i>recruitment</i> poster di media sosial dan di kampus –kampus	97
Gambar 5.5 Contoh <i>Manajemen Program</i>	99
Gambar 5.6 Bagan 4 fase proses dalam <i>career development Sweet Lagoon Cafe</i>	113