

# **USULAN RENCANA BISNIS KEDAI KOPI HARBOUR COFFEE**

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh:**

**Nama : Joshua Leonardo Sebastian**

**NPM : 6131901169**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**BANDUNG**

**2024**

# **USULAN RENCANA BISNIS KEDAI KOPI HARBOUR COFFEE**

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh:**

**Nama : Joshua Leonardo Sebastian**

**NPM : 6131901169**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**BANDUNG**

**2024**

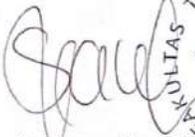
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG



Nama : Joshua Leonardo Sebastian  
NPM : 6131901169  
Program Studi : Sarjana Teknik Industri  
Judul Skripsi : USULAN RENCANA BISNIS KEDAI KOPI  
HARBOUR COFFEE

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 12 Februari 2024  
Ketua Program Studi Sarjana  
Teknik Industri

  
(Dr. Ceicalia Yesavrita, S.T., M.N.P.A.R.)

Pembimbing Tunggal

  
(Ir. Romy Lorce, S.T., M.T.)

# **Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat**

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Joshua Leonardo Sebastian

NPM : 6131901169

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul :

## **USULAN RENCANA BISNIS KEDAI KOPI HARBOUR COFFEE**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 17 Januari 2024



Joshua Leonardo Sebastian

NPM: 6131901169

## ABSTRAK

Harbour Coffee merupakan salah satu usaha yang bergerak di sektor kuliner, yang menawarkan produk berupa makanan dan minuman. Kedai kopi Harbour Coffee berdiri sejak tahun 2021 yang berlokasi di Jalan Taruna Raya Nomor 43B, Kemayoran, Jakarta Pusat. Pada tahun 2023, kedai kopi Harbour Coffee merugi sehingga perlu untuk dilakukan perbaikan pada rencana bisnis kedai kopi tersebut. Hal tersebut dapat disebabkan karena lokasi yang kurang strategis, persaingan dengan kompetitor bisnis serupa dan beberapa faktor lainnya. Sebelum memberikan usulan rencana bisnis kedai kopi Harbour Coffee, terdapat beberapa hal yang akan dilakukan evaluasi di antaranya evaluasi BMC sebelumnya, evaluasi Five Porter's Analytics dan analisis SWOT. Evaluasi BMC sebelumnya dibutuhkan untuk mengetahui kesalahan-kesalahan yang sudah terjadi yang tidak sesuai dengan Business Model Canvas. Selanjutnya terdapat evaluasi Five Porter's Analytics yang bertujuan untuk melakukan identifikasi dan analisa kekuatan kompetitif di dalam suatu industri yang mampu membantu menentukan kelemahan dan kekuatan dari industri kedai kopi tersebut. Pada analisis SWOT bertujuan untuk menentukan strategi dan arah perusahaan pada masa depan serta melakukan perencanaan strategis sebelum menjalankan aktivitas bisnis kedai kopi. Setelah beberapa analisis tersebut selesai, dapat dilanjutkan untuk membuat Business Model Canvas usulan terhadap kedai kopi Harbour Coffee. Pada rencana legal, Harbour Coffee dapat melakukan pembuatan badan usaha berbentuk CV untuk melakukan pengembangan bisnisnya. Selanjutnya pada rencana pasar tersebut dibagi menjadi tiga aspek segmentasi yaitu demografis, psikografis dan geografis sehingga rencana pemasaran dapat sesuai dengan target pasar yang telah dituju. Pada aspek teknis dan operasional, kedai kopi Harbour Coffee dapat dikatakan layak karena memenuhi spesifikasi yaitu lokasi produksi dan penjualan, terdapat estimasi demand dan produksi, fasilitas produksi dan penjualan yang memadai serta terdapat tenaga kerja yang membantu kegiatan operasional. Pada aspek finansial dapat dikatakan layak karena kedai kopi Harbour Coffee telah memenuhi spesifikasi yang dapat dilihat dari Net Present Value sebesar Rp. 117.993.283, dengan diskon 10% dan juga Internal Rate of Return sebesar 13% per tahun.

## **ABSTRACT**

*Harbor Coffee is a business operating in the culinary sector, which offers products in the form of food and drinks. Harbor Coffee coffee shop was established in 2021, located on Jalan Taruna Raya Number 43B, Kemayoran, Central Jakarta. In 2023, the Harbor Coffee coffee shop is making a loss so it is necessary to make improvements to the coffee shop business plan. This can be caused by a less strategic location, competition with similar business competitors and several other factors. Before providing a proposed Harbor Coffee coffee shop business plan, there are several things that will be evaluated, including the previous BMC evaluation, Five Porter's Analytics evaluation and SWOT analysis. A previous BMC evaluation is needed to find out mistakes that have occurred that are not in accordance with the Business Model Canvas. Next, there is a Five Porter's Analytics evaluation which aims to identify and analyze competitive strengths in an industry which can help determine the weaknesses and strengths of the coffee shop industry. The SWOT analysis aims to determine the company's strategy and direction in the future and carry out strategic planning before carrying out coffee shop business activities. After these analyzes have been completed, you can proceed to create a proposed Business Model Canvas for the Harbor Coffee coffee shop. In the legal plan, Harbor Coffee can create a business entity in the form of a CV to develop its business. Furthermore, the market plan is divided into three segmentation aspects, namely demographic, psychographic and geographic so that the marketing plan can be in accordance with the intended market target. In terms of technical and operational aspects, the Harbor Coffee coffee shop can be said to be feasible because it meets specifications, namely production and sales locations, there are estimates of demand and production, adequate production and sales facilities and there is a workforce to help with operational activities. In the financial aspect, it can be said to be feasible because the Harbor Coffee coffee shop has met the specifications which can be seen from the Net Present Value of Rp. 117,993,283, with a 10% discount and an Internal Rate of Return of 13% per year.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang diberikan Nya kepada penulisan selama proses penyusunan skripsi yang berjudul “Usulan Rencana Bisnis Kedai Kopi Harbour Coffee” ini dapat terselesaikan dengan baik sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana di Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan.

Selama proses penelitian serta penyusunan skripsi ini, pastinya penulis mengalami berbagai macam kendala. Namun terdapat beberapa pihak yang selama ini mendukung, membantu, serta mendoakan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya serta tenaganya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Ignatius A. Sandy, S.Si., M.T. dan Bapak Hanky Fransiscus ST.,M.T selaku dosen penguji proposal yang telah memberikan masukan dan kritik kepada penulis.
3. Orang tua serta adik penulis yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Serta teman penulis selama berada di UNPAR yang selalu menemani penulis selama 4 tahun ini

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentunya terdapat beberapa kekurangan karena terdapat keterbatasan pengalaman serta pengetahuan penulis. Oleh karena itu penulis berharap segala kritik maupun saran yang diberikan dapat menjadi evaluasi penulis untuk kedepannya. Akhir kata, penulis meminta permohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penelitian dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, 17 Januari 2024

Penulis

# DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang Masalah .....	I-1
I.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah .....	I-5
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Masalah .....	I-12
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-12
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-13
I.6 Metodologi Penelitian .....	I-13
I.7 Sistematika Penulisan .....	I-17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>II-1</b>
II.1 Kedai Kopi / <i>Coffee Shop</i> .....	II-1
II.2 Bisnis.....	II-2
II.3 Model Bisnis .....	II-2
II.4 <i>Business Model Canvas</i> (BMC) .....	II-3
II.5 <i>SWOT Analysis</i> .....	II-4
II.6 Perencanaan Bisnis.....	II-6
II.7 Five Forces Porter's.....	II-6
II.8 Aspek Legal.....	II-7
II.9 Aspek Teknis dan Operasional .....	II-9
II.10 Aspek Pasar dan Pemasaran .....	II-9
II.11 Aspek Finansial .....	II-9
<b>BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b> .....	<b>III-1</b>
III.1 Uraian Usaha Saat Ini.....	III-1
III.2 Evaluasi Usaha Harbour Coffee.....	III-3

III.2.1	Evaluasi Five Forces Porter's Model .....	III-3
III.2.2	Analisis SWOT .....	III-9
III.2.3	Evaluasi BMC.....	III-14
III.3	BMC Usulan .....	III-20
III.3.1	<i>Customer Segments</i> .....	III-20
III.3.2	<i>Value Proposition</i> .....	III-20
III.3.3	<i>Key Activities</i> .....	III-22
III.3.4	<i>Cost Structure</i> .....	III-22
III.3.5	<i>Revenue Stream</i> .....	III-23
III.3.6	<i>Key Resources</i> .....	III-23
III.3.7	<i>Key Partners</i> .....	III-25
III.3.8	<i>Channels</i> .....	III-26
III.3.9	<i>Customer Relationships</i> .....	III-27
III.4	Rencana Legal .....	III-27
III.5	Rencana Pasar dan Pemasaran.....	III-29
III.6	Rencana Teknis dan Operasional.....	III-31
III.6.1	Perencanaan Sumber Daya Manusia .....	III-32
III.6.2	Perencanaan Alat dan Bahan Baku.....	III-33
III.7	Rencana Finansial.....	III-35
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS.....</b>	<b>IV-1</b>
IV.1	Analisis Evaluasi Usaha Harbour Coffee .....	IV-1
IV.2	Analisis BMC Usulan .....	IV-3
IV.3	Analisis Rencana Legal .....	IV-4
IV.4	Analisis Rencana Pasar dan Pemasaran.....	IV-5
IV.5	Analisis Rencana Finansial.....	IV-6
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>V-1</b>
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-2
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Daftar Kedai Kopi di Kemayoran .....	I-3
Tabel III. 1 Perencanaan Bahan Baku dan Peralatan Harbour Coffee .....	III-33
Tabel III. 2 Biaya Investasi Awal .....	III-35
Tabel III. 3 Biaya Peralatan.....	III-35
Tabel III. 4 Tabel Biaya Bahan Baku.....	III-36
Tabel III. 5 Tabel Biaya Rencana Teknis dan Operasional.....	III-37
Tabel III. 6 Tabel Biaya Rencana Pemasaran .....	III-38
Tabel III. 7 Tabel Biaya Rencana Legal .....	III-38
Tabel III. 8 Tabel Depresiasi Peralatan .....	III-39
Tabel III. 9 Tabel Proyeksi Labar Rugi dan Arus Kas .....	III-40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2016 - 2021 .....	I-2
Gambar I. 2 Business Model Canvas Awal .....	I-5
Gambar I. 3 Grafik Pemasukan Bulanan di Harbour Coffee.....	I-6
Gambar I. 4 Tampak Luar Harbour Coffee.....	I-7
Gambar I. 5 Metodologi Penelitian.....	I-14
Gambar III. 1 Logo Harbour Coffee.....	III-1
Gambar III. 2 Foto Menu Harbour Coffee.....	III-2
Gambar III. 3 Platform Online Harbour Coffee .....	III-3
Gambar III. 4 Five Porter Analysis .....	III-8
Gambar III. 5 Coffee Bar Kedai Kopi Harbour Coffee.....	III-17
Gambar III. 6 Usulan Business Model Canvas Harbour Coffee.....	III-21
Gambar III. 7 Struktur Organisasi Harbour Coffee .....	III-32

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN A SKENARIO PENJUALAN PER BULAN  
LAMPIRAN B PROYEKSI ARUS KAS

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta metodologi penelitian. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai seluruh hal di atas.

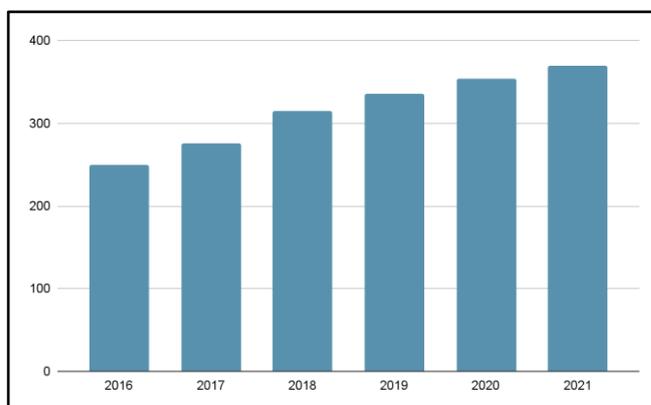
### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Ide minum kopi pertama dengan krim dan gula awalnya ada di Eropa pada 1529 dan ini adalah waktu sama saat kedai kopi pertama di Eropa didirikan. Pada masa itu, Kota Wina Austria diserbu oleh tentara Turki. Dan para tentara ini meninggalkan banyak sekali pasokan kopi di Wina pada saat mereka melarikan diri dari Wina. Adalah Franz Georg Kolschitzky yang mengklaim kopi-kopi tentara Turki ini sebagai rampasan perang. Lalu Kolschitzky membuka sebuah kedai kopi yang diketahui sebagai kedai kopi pertama di Eropa. Kolschitzky ternyata dulu pernah tinggal di Turki dan dia merupakan satu-satunya orang di Wina yang mengetahui betapa berharganya biji kopi mengingat tidak terlalu populer kopi pada masa itu. Di kedai kopinya ini Kolschitzky memperkenalkan gagasan minum kopi dengan menggunakan penyaring dan juga menikmati kopi dengan susu dengan gula. Minuman yang digagas Kolschitzky ini mendapat sambutan baik dan sejak itu mulailah bermunculan kedai-kedai kopi yang tak hanya menjual kopi tetapi juga makanan manis sebagai teman minum kopi. Pada masa itu popularitas kopi merebak dan berkembang hingga ke Inggris.

Perkembangan kedai kopi di Indonesia selalu diamati media internasional Menurut catatan International Coffee Organization (ICO) tahun 2020 peningkatan konsumsi kopi domestik Indonesia periode 2014-2019 lumayan besar. Dari catatan Katadata.com, konsumsi kopi domestik di Indonesia sejak tahun 2012 yang lalu mengalami peningkatan. Sebetulnya masyarakat yang menggerakkan roda perekonomian tersebut. Dalam statistik dibawah ini terlihat bahwa harga kopi makin terjangkau dan harga meskipun mahal khususnya pada kopi spesialti. Menurut Pusat Riset Statista di Berlin tahun 2021 yang lalu, mata rantai kopi Janji

Jiwa memiliki jumlah gerai kedai kopi terbesar di Indonesia dengan total 800 lokasi. Dalam dua tahun setelah didirikan, Janji Jiwa telah melampaui Starbucks sebagai rantai kopi terkemuka di Indonesia. Tercatat Starbucks memiliki 365 kedai di seluruh Indonesia (Statista, Berlin, April 2021). Kemudian tercatat bulan Desember 2021 yang lalu Kopi Kenangan menjadi unicorn dan berhasil mengantongi US\$ 96 juta atau Rp 1,37 triliun (asumsi kurs Rp 14.300/US\$). Pendanaan ini dipimpin oleh Tybourne Capital Management dan partisipasi dari investor lain seperti Horizons Ventures, Kunlun, dan B Capital, dan investor baru Falcon Edge Capital.

Pada saat ini zaman semakin berkembang, sehingga terdapat perubahan pola pikir dan kebutuhan masyarakat sehingga gaya hidup masyarakat berubah mengikuti zaman. Salah satu perubahan gaya hidup masyarakat terletak pada kegiatan keseharian masyarakat Indonesia yang hampir tidak bisa dipisahkan dari mengonsumsi kopi. Sebenarnya sudah menjadi kebiasaan lama masyarakat Indonesia dalam mengonsumsi kopi, namun pada masa kini terdapat perbedaan ketika menjadikan konsep minum kopi di kedai kopi menjadi sarana untuk berkomunikasi dengan kerabat, melakukan kerja pada kedai kopi hingga melepas penat pada tempat tersebut. Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton sedangkan pada 2021 konsumsi kopi di Indonesia diprediksi mencapai 370 ribu ton sehingga terdapat kenaikan sebesar 94 ton selama waktu kurang dari 5 tahun. Dengan adanya perkembangan zaman yang terjadi membuat maraknya kedai kopi baru yang ada di Indonesia.



Gambar I. 1 Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2016 - 2021

(Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>)

Di kota besar kopi sudah didefinisikan sebagai indikator gaya hidup baru, terutama pada masyarakat perkotaan besar. Menurut (Chaney, 1996) dalam bukunya yang berjudul “*Lifestyles*”, gaya hidup merupakan pola - pola tindakan yang diarahkan untuk menjadi pembeda masing - masing orang di dunia. Gaya hidup tersebut menolong kita untuk memahami dan menjelaskan alasan dan tindakan dari seseorang tersebut. Channey mengandaikan gaya hidup sebagai bagian dari kehidupan sehari - hari pada dunia sosial yang *modern*. Chaney mengira gaya hidup akan menjadi hambatan terhadap para masyarakat yang tidak hidup pada masa yang *modern* karena gaya hidup modern ini adalah gaya hidup “anak muda”. Pada gambar I.1 usaha kedai kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun sehingga peluang usaha di bidang ini memiliki potensial bagi calon pengusaha. Agar para pengusaha mampu menjalankan usahanya dengan terarah dibutuhkan rencana bisnis atau *business plan*. Rencana bisnis merupakan peta usaha yang akan menuntun para pengusaha agar dalam menjalankan kegiatan usahanya tidak mudah tersesat dan sesuai dengan target. Dengan adanya peta usaha, seorang pengusaha dapat mencapai tujuan tersebut dengan lebih cepat dan hemat. (Mughtar A.F, 2014)

Head of Marketing Toffin, Ario Fajar mengatakan jumlah kedai kopi di Indonesia meningkat secara signifikan dalam tiga tahun terakhir. Hasil riset Toffin bersama Majalah Mix menunjukkan jumlah kedai kopi di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan pada 2016 yang hanya sekitar 1.000. “Dengan jumlah gerai yang terdata saat ini dan asumsi penjualan rata-rata per outlet 200 cup per hari, serta harga kopi per cup Rp22.500, Toffin memperkirakan nilai pasar kedai kopi di Indonesia mencapai Rp4,8 triliun per tahun,” ujarnya di Jakarta, Selasa (17/12/2019).

Tabel I. 1 Daftar Kedai Kopi di Kemayoran

No.	Daftar Kedai Kopi	Tahun Berdiri
1	Ngoepilah Kopi Rumah	2015
2	Teras Senja	2018
3	KOCIL Stonewell	2018

(lanjut)

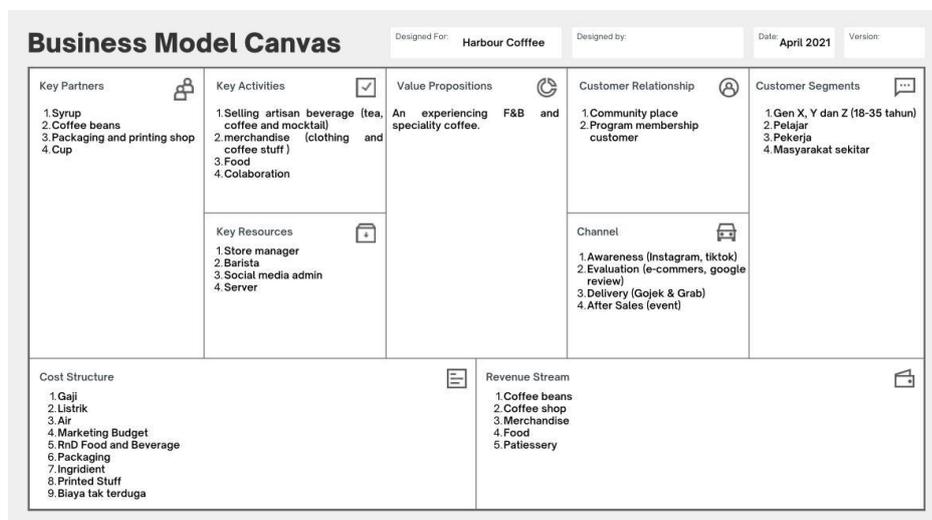
Tabel I.1 Daftar Kedai Kopi di Kemayoran (lanjutan)

No.	Daftar Kedai Kopi	Tahun Berdiri
4	Kedai Kopi 21	2020
5	Kaizen Coffee Jiung	2021
6	Harbour Coffee	2021
7	Kedai Kopi Djoeng	2021
8	Kopi GANG	2021
9	Kopi Manji Plus	2022
10	Kopi Kenangan	2022
11	Tomoro Coffee	2023
12	Kaizen Coffee Cempaka Putih	2023
13	Barister and Barista Cafe	2023
14	86 Coffee Bakery	2023
15	Nakacoffee	2023
16	Entry Coffee and Eatery	2023
17	Haus!	2023
18	WeDrink Sumur Batu	2023
19	Blue Cafe	2023
20	Flash Coffee	2023
21	Kopi Janji Jiwa	2023

Berdasarkan tabel I.1, terdapat 21 kedai kopi yang berada di Kemayoran, Jakarta Pusat. Salah satu kedai kopi yang menjadi fokus penelitian adalah Harbour Coffee. Harbour Coffee sendiri hanya memiliki satu pusat dan belum memiliki cabang. Harbour Coffee berada di Jl. Taruna Raya Nomor 43B, Kemayoran, Jakarta Pusat. Seiring berjalannya waktu, mulailah banyak pesaing baru khususnya pada kedai kopi yang berada di Kemayoran.

## I.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Kedai kopi merupakan salah satu destinasi masyarakat zaman sekarang ketika hendak memenuhi kebutuhan tersier bagi setiap orang. Dimana banyak masyarakat Indonesia menyukai kedai kopi menjadi tempat yang dapat dikonsumsi ketika berada di berbagai kondisi seperti sarapan, setelah makan siang hingga makan malam. Dengan ini dapat dilihat bahwa target dan pasar dari kedai kopi ini sangat besar dan luas karena tidak dibatasi oleh kondisi maupun waktu. Salah satu kedai kopi yang berada di Jakarta Pusat adalah kedai kopi Harbour Coffee. Harbour Coffee merupakan salah satu kedai kopi yang telah berdiri sejak tahun 2021. Nama “Harbour” berasal dari kata bahasa Inggris yang memiliki arti pelabuhan. Sesuai dengan namanya diharapkan oleh pemilik adalah menjadi tempat banyak orang untuk berlabuh. Harbour Coffee menyediakan fasilitas berupa ruangan *indoor* dengan AC, wifi, ruangan merokok *outdoor* dan ruangan merokok *indoor*. Harbour Coffee pun menyediakan berbagai beans dari internasional roaster seperti Friedhats yang berasal dari negara Belanda, Onyx yang berasal dari negara Amerika, Cupping Room yang berasal dari Hong Kong dan masih banyak internasional roaster lainnya. Selain menu - menu kopi, Harbour Coffee menyediakan menu - menu selain kopi diantaranya terdapat *red velvet*, *chocolate*, *lychee tea*, *peach tea*, dan masih banyak menu lainnya. Harbour Coffee juga menyediakan beberapa menu makanan dan snack sebagai pelengkap dari kedai kopi yang ada, diantaranya terdapat snack berupa cireng, kentang goreng, pisang goreng, dan beberapa menu makanan lainnya.



Gambar I. 2 Business Model Canvas Awal

Berdasarkan gambar I.2 diatas, gambar tersebut merupakan Business Model Canvas pada kedai kopi Harbour Coffee. Business Model Canvas tersebut dibuat 2 bulan sebelum pembangunan dari kedai kopi tersebut dimulai. Berdasarkan dari BMC diatas, sangatlah banyak aspek yang harus untuk di evaluasi untuk perkembangan kedai kopi Harbour Coffee kedepannya. Suatu bisnis yang kuat membutuhkan perbaikan ataupun pembaruan perencanaan bisnis agar dapat mendapatkan keunggulan terhadap kompetitor dalam bersaing (Muchtar, 2010). Hal tersebut sangatlah dibutuhkan pada kedai kopi Harbour Coffee sehingga terdapat perencanaan yang lebih baik sehingga dapat bersaing di antara kompetitor sekitar. Rencana bisnis perlu dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk mengintrospeksi usahanya secara lebih dalam berdasarkan komponen-komponen yang termuat di dalamnya. Harapan adanya perencanaan bisnis akan membantu para pelaku usaha untuk mampu menganalisis persaingan, perencanaan internal dan keuangan agar dapat ditetapkan strategi lebih lanjut untuk mencapai hasil yang diharapkan (Soelaiman, 2021).



Gambar I. 3 Grafik Pemasukan Bulanan di Harbour Coffee

Pada tahun 2023, kedai kopi Harbour Coffee memiliki beberapa masalah sehingga berakibat terjadi penurunan omset pemasukan. Penurunan omset pemasukan sangatlah drastis bulan per bulannya yang terjadi dari Januari 2023 hingga saat ini. Melihat dari BMC yang terdapat pada gambar I.3, beberapa aspek banyak yang kurang untuk di evaluasi sehingga kegiatan tersebut tidak berjalan sesuai dengan rencana yang telah direncanakan di awal. Pada grafik diatas, garis

merah merupakan target pemasukan bulanan yang telah ditetapkan oleh pemilik kedai kopi dan garis hitam merupakan pemasukan aktual perbulannya yang di dapat oleh kedai kopi Harbour Coffee. Pada grafik pemasukan diatas, terdapat penurunan yang sangat drastis yang terjadi pada bulan Januari 2023 hingga bulan bulan berikutnya. Hal tersebut merupakan kerugian yang didapat oleh kedai kopi, sehingga pemasukan tersebut dapat mempengaruhi aliran arus kas pada bisnis tersebut. Pada awal 2023, sangatlah banyak sekali kedai kopi yang buka di sekitar kedai kopi Harbour Coffee dengan tempat yang lebih strategis, tempat yang lebih luas dan penampilan hiburan yang ada pada kedai kopi kompetitor tersebut.



Gambar I. 4 Tampak Luar Harbour Coffee

Berdasarkan gambar I.4 diatas, gambar tersebut merupakan tampak dari lokasi kedai kopi Harbour Coffee. Harbour Coffee terletak di daerah Kemayoran, Jakarta Pusat dan tepatnya berada di Jalan Taruna Raya Nomor 43B, Kemayoran, Jakarta Pusat. Setelah banyaknya kompetitor yang membuka berbagai konsep

kedai kopi yang berada di Kemayoran, omset penjualan dari Harbour Coffee semakin menurun sehingga membuat arus keuangan menurun. Oleh karena itu, diperlukan rencana bisnis terlebih dahulu untuk memetakan kembali bisnis dari kedai kopi Harbour Coffee tersebut. Alasan perlunya menyusun perencanaan bisnis para perencana tidak akan dapat mengendalikan waktu yang akan datang, tetapi mereka seharusnya berusaha untuk mengidentifikasi dan menghindari kegiatan-kegiatan sekarang dan hasilnya yang dapat diperkirakan akan mempengaruhi waktu yang akan datang demi meningkatkan pengambilan keputusan yang lebih baik (Handoko, 1984). Oleh karena itu, diperlukan analisis terlebih dahulu guna mengevaluasi business model canvas pada kedai kopi Harbour Coffee dengan melihat beberapa aspek yang ada.

Aspek teknis dan operasional dalam suatu perusahaan sangatlah berpengaruh dan sangatlah penting kegunaannya. Karena keberhasilan suatu perusahaan sangatlah bergantung pada teknis dan operasional yang digunakan dan ditetapkan pada perusahaan tersebut. Hal yang mencakup aspek teknis ini adalah penggunaan teknologi yang tepat pada kedai kopi tersebut. Selain teknologi tersebut, sumber daya manusia termasuk dalam aspek teknis ini. Setiap usaha yang membutuhkan penyediaan teknik haruslah membuat analisis kelayakan teknis terlebih dulu agar hasilnya dapat diimplementasikan dengan baik guna menunjang proses produksi yang efektif dan efisien bagi suatu bisnis. (Ketut Wadana, 2020). Selain dari aspek teknis, terdapat juga aspek operasional itu sendiri yang mencakup kegiatan operasional apa saja yang ada dan dilaksanakan pada suatu bisnis. Kegiatan operasional inilah yang dapat menentukan bisnis tersebut dapat berjalan dan berkembang dengan baik ataupun tidak. Manajemen operasional adalah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output. (Jay Heizer & Berry Render, 2015) Harbour Coffee memiliki jadwal beroperasi dari hari Senin hingga hari Minggu dengan jam operasional pukul 8 pagi hingga pukul 12 malam. Pada Harbour Coffee memiliki operasional manager yang bertugas untuk merancang dan mengawasi seluruh kegiatan operasional yang terjadi dan digunakan pada waktu operasional berlangsung. Manager operasional tersebut bertugas juga untuk merancang SOP yang berkaitan seluruhnya dengan kegiatan operasional di kedai kopi.

Aspek legal memiliki peran yang penting dalam mendirikan suatu usaha ataupun bisnis. Pada suatu usaha atau bisnis, perlu dilakukan pemenuhan persyaratan legal terlebih dahulu sebelum membuka dan menjalankan usaha tersebut. Aspek legal ini memiliki tujuan agar setiap kedai kopi yang buka taat akan aturan yang berlaku dan tidak melanggar hukum. Menurut Suliyanto (2010) terdapat 2 hal aspek legal itu sendiri yaitu legalitas dan perlindungan hukum, badan usaha atau perusahaan haruslah memiliki keabsahan dan perlindungan hukum agar tidak melanggar hak asasi manusia yang menyangkut berbagai pihak yang berada di dalamnya usaha atau perusahaan tersebut. Pada aspek legal tersebut, Harbour Coffee belum memiliki izin apapun pada usaha kedai kopi tersebut sehingga perlu dipertimbangkan kembali pengurusan aspek legal tersebut. Merek adalah alat untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan dan ketentuan tentang merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek adalah tanda berupa gambar, susunan warna, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda, dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Pada aspek legal ini, perlu untuk pengembangan lebih lanjut dalam bisnis kedai kopi Harbour Coffee karena belum ada kelanjutan dengan jelas legalitas dalam bisnis tersebut. Dengan ini, analisis terhadap aspek legal akan menjadi konsen pada kegiatan penelitian ini.

Aspek strategis menurut Muchtar (2010), keberhasilan suatu bisnis bergantung pada penerapan perencanaan bisnis yang dihasilkan. Adapun terdapat beberapa manfaat dari perencanaan bisnis yaitu adalah dapat mempermudah pelaku bisnis dalam menetapkan langkah yang strategis untuk perusahaan, dan akan memudahkan hubungan kerja sama dengan investor atau mitra bisnis lainnya, serta dapat mengevaluasi perencanaan yang dibuat untuk melihat apakah bisnis yang dijalankan sudah sesuai atau tidak. Salah satu masalah yang timbul adalah masalah eksternal berupa kompetitor. Kondisi persaingan pada daerah Kemayoran, Jakarta Pusat cukup sulit karena banyaknya kompetitor yang melakukan usaha kedai kopi dengan letak yang lebih strategis dan lebih luas. Pada tahun 2023 terdapat lebih dari sepuluh kompetitor dengan bisnis yang sama telah buka dengan lokasi yang lebih strategis pada daerah Kemayoran. Berdekatan dengan kedai kopi Harbour Coffee terdapat kedai kopi

dengan nama Kaizen Heritage dan 86 Coffee. Kedua kompetitor tersebut memiliki kelebihan yang cukup signifikan yaitu akses menuju lokasi lebih mudah karena berada di pinggir jalan Letjend Suprpto. Sedangkan kedai kopi Harbour Coffee memiliki kekurangan yaitu akses menuju Harbour Coffee yang cukup sulit karena berada pada jalan Taruna Raya dengan akses mobilitas yang lebih sulit dibandingkan dengan jalan protokol. Pada aspek strategis, Harbour Coffee perlu untuk menindaklanjuti evaluasi tersebut sehingga aspek strategis tersebut dapat terpenuhi.

Aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu aspek yang sangat berpengaruh dan sangat penting dalam suatu bisnis juga. Aspek pasar dan pemasaran memiliki keterkaitan yang sangat kuat dengan kegiatan dan aktivitas finansial dalam suatu bisnis. Aspek pasar merupakan sebuah upaya dalam mengetahui besarnya permintaan pasar yang akan diterima dari masyarakat sekaligus juga untuk menempatkan posisi yang menguntungkan bagi proyek yang akan dijalankan. Pada aspek pasar terdapat penawaran yang diartikan sebagai kuantitas barang yang ditawarkan di pasar dengan berbagai tingkatan harga. Selain dengan penawaran terdapat permintaan yang diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan oleh konsumen yang mempunyai kemampuan untuk membeli pada berbagai tingkatan harga tersebut. Pada hukum permintaan terdapat bahwa jika suatu harga barang meningkat, maka kuantitas barang yang diminta akan berkurang dan hal tersebut berlaku dengan sebaliknya. Selain hal tersebut terdapat bentuk pasar, bentuk pasar tersebut dapat dibedakan dengan beberapa bagian. Kedai kopi Harbour Coffee membagi dua bentuk pasar, yaitu pasar konsumen dan pasar penjual kembali. Pada aspek pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Pada aspek pemasaran tersebut dibagi menjadi beberapa bagian yaitu segmentasi pasar, penentuan posisi pasar dan analisis persaingan terhadap kompetitor yang ada. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), Segmentasi pasar artinya membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau marketing mix yang berbeda pula. Harbour Coffee membagi segmentasi pasar tersebut menjadi dua yaitu segmentasi demografis dan segmentasi perilaku. Pada segmentasi demografis, Harbour Coffee menentukan jenis kelamin, usia

serta pendidikan untuk menentukan strategi pemasaran bagi produk yang kedai kopi Harbour Coffee tawarkan. Sedangkan dengan segmentasi perilaku, Harbour Coffee melihat pengetahuan, reaksi dan penggunaan produk oleh beberapa konsumen dari kedai kopi Harbour Coffee. Hal tersebut membuat kedai kopi Harbour Coffee memilih untuk menggunakan social media specialist untuk mengatur konten atau promosi terhadap social media Harbour Coffee yang ada karena melihat pada aspek - aspek yang ada pada pemasaran tersebut. Pada aspek pemasaran tersebut, pemilik dapat melakukan evaluasi lebih dalam lagi sehingga aspek pemasaran tersebut dapat meluas dan lebih strategis bagi pasar yang ada.

Aspek terakhir yang berpengaruh dan perlu dilakukan dalam evaluasi rencana bisnis tersebut adalah aspek keuangan pada 3 tahun kedepan. Aspek finansial adalah aspek yang berhubungan dengan situasi keuangan suatu usaha dari sisi investasi, keuntungan, dan pengeluaran. Menurut Umar (2009), aspek finansial merupakan aspek yang berkaitan dengan kondisi keuangan suatu usaha baik dari investasi awal usaha dan keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan. Aspek finansial bersifat kuantitatif dan digunakan untuk menganalisis dana yang dibutuhkan dalam menjalankan suatu usaha. Dengan adanya aspek finansial ini pemilik bisnis yang dimana penelitian kali ini adalah pemilik dari kedai kopi Harbour Coffee dapat mengetahui berapakah dan berapa banyak modal yang diperlukan untuk memperbaiki hasil dari evaluasi bisnis kedai kopi yang ada. Aspek finansial sendiri juga dapat digunakan sebagai suatu dasar dalam melakukan penilaian terhadap kelayakan peminjaman modal. Selain itu juga, aspek finansial dapat menilai kemampuan perusahaan atau usaha dalam mengembalikan pinjaman maupun kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Apakah dari pinjaman atau dari modal pribadi pemilik usaha, jika dari pinjaman maka harus mengetahui juga seberapa besar pinjamannya dan dalam jangka waktu berapa lama pinjaman tersebut dikembalikan. Semua hal tersebut harus dilakukan analisis kelayakannya terlebih dahulu untuk aspek finansial ini sebelum melakukan perbaikan bisnis tersebut.

Hal tersebut dikarenakan bidang kuliner merupakan bidang usaha yang memiliki perubahan yang cepat dibandingkan dengan bidang-bidang usaha lainnya. Berdasarkan dari penelitian awal yang telah dilakukan sebelumnya dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana proses penyempurnaan terhadap business model sebelumnya yang digambarkan dalam Business Model Canvas?
2. Bagaimana usulan rancangan Business Plan kedai kopi Harbour Coffee selama 3 tahun ke depan?

### **I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Masalah**

Pada kegiatan penelitian yang dilakukan terdapat batasan dan asumsi yang digunakan atau diperlukan dalam membuat dan menyusun penelitian ini. Batasan dan asumsi tersebut diperlukan agar kegiatan penelitian yang dilaksanakan ini menjadi terfokus dan lebih terarah lagi terutama pada hal yang diperlukan untuk diteliti. Batasan yang digunakan dalam kegiatan penelitian ini adalah analisis studi kelayakan usaha hanya dilakukan pada evaluasi business plan pada business model canvas, aspek teknis dan operasional, aspek legal, aspek strategis, aspek pasar dan pemasaran dan juga aspek finansial. Berikut merupakan batasan yang digunakan pada kegiatan penelitian ini.

1. Rencana bisnis yang dihasilkan tidak diimplementasikan di penelitian ini
2. Biaya investasi untuk rencana bisnis ini dibatasi sampai dengan 500 juta rupiah

Selain batasan yang telah dijabarkan dan disebutkan pada bagian atas, terdapat juga beberapa asumsi yang digunakan serta dibutuhkan pada kegiatan penelitian ini. Asumsi ini sangatlah berguna dalam kegiatan penelitian agar kegiatan penelitian lebih mengarah dan dapat dibuat lebih singkat dan sederhana. Berikut merupakan asumsi yang digunakan pada kegiatan penelitian ini.

1. Tidak ada perubahan regulasi pemerintah pada saat penelitian berjalan
2. Teknis dan operasional pada kedai kopi Harbour Coffee tidak terdapat perubahan

### **I.4 Tujuan Penelitian**

Pada kegiatan penelitian ini, terdapat tujuan penelitian yang hendak dicapai. Tujuan penelitian ini juga merupakan suatu bentuk jawaban dari rumusan masalah yang telah ditentukan dan dirancang pada bagian sebelumnya. Berikut merupakan tujuan penelitian yang telah dirancang dan ditentukan.

1. Memberikan penyempurnaan business model sebelumnya yang digambarkan dalam Business Model Canvas kedai kopi Harbour Coffee.
2. Memberikan rancangan Business Plan untuk kedai kopi Harbour Coffee selama 3 tahun ke depan.

### **I.5 Manfaat Penelitian**

Setelah mengetahui tujuan penelitian, selanjutnya akan dibahas dan dijabarkan mengenai manfaat dari kegiatan penelitian yang telah dilakukan terhadap bisnis kedai kopi Harbour Coffee. Manfaat ini sendiri dapat dirasakan atau dapat ditujukan kepada beberapa pihak seperti pemilik usaha dan bagi orang yang membaca laporan ini. Berikut merupakan manfaat yang dapat diberikan dengan dilaksanakannya penelitian kali ini.

1. Hasil dari penelitian dapat menjadi suatu tolak ukur dan patokan bagi pemilik usaha dalam mengambil keputusan terhadap usaha yang akan direalisasikan.
2. Hasil dari penelitian dapat diterapkan secara langsung kepada objek penelitian yang diteliti.
3. Dapat menjadi referensi bagi kegiatan penelitian perencanaan bisnis di masa yang akan datang.

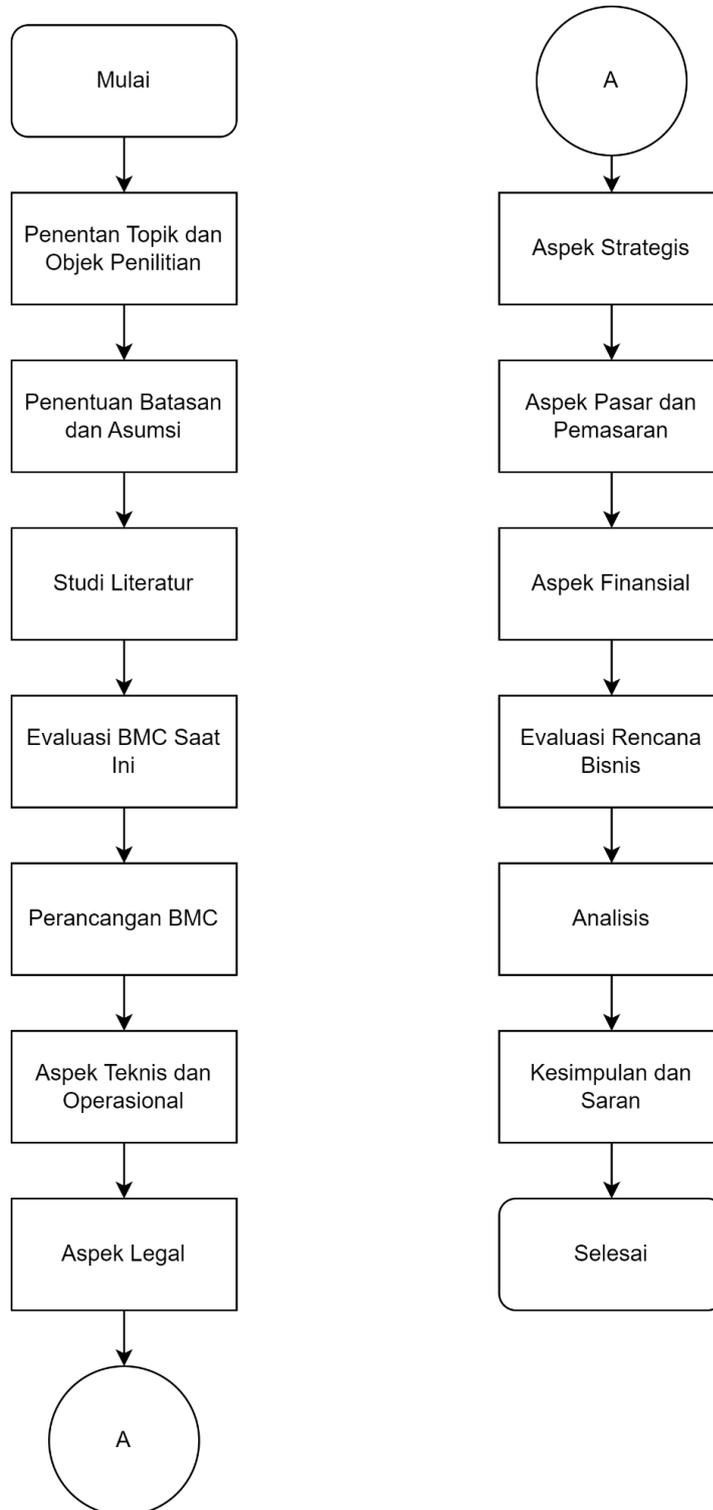
### **I.6 Metodologi Penelitian**

Pada bagian kali ini akan dibahas dan dijabarkan mengenai metodologi penelitian yang dilakukan selama kegiatan penelitian berlangsung. Metodologi penelitian ini memiliki peran yang sangat besar dan penting dalam melakukan penelitian. Metodologi penelitian ini juga digunakan untuk mengetahui urutan penyelesaian masalah yang akan dilakukan atau dilaksanakan dalam penelitian. Berikut merupakan gambar dari Metodologi penelitian yang digunakan dalam kegiatan penelitian ini.

#### **1. Penentuan Objek dan Topik Penelitian**

Penentuan objek penelitian adalah suatu tahapan atau proses awal dalam kegiatan penelitian. Objek yang dipilih adalah kedai kopi Harbour Coffee yang di mana merupakan suatu usaha kedai kopi yang terdapat di daerah Kemayoran, Jakarta Pusat. Kedai kopi Harbour Coffee tersebut menjual beberapa varian kopi

lokal maupun internasional dan selain itu terdapat minuman yang tidak berbasis kopi serta berbagai snack maupun makanan berat lainnya.



Gambar I. 5 Metodologi Penelitian

2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Identifikasi dan rumusan masalah merupakan langkah selanjutnya setelah dilakukan penelitian pendahuluan. Setelah mencari tahu dan mengetahui lebih dalam mengenai objek penelitian, selanjutnya dilakukan identifikasi masalah yang terdapat pada objek penelitian. Setelah mengetahui permasalahan yang terdapat pada objek melalui proses identifikasi masalah, akan dilakukan perumusan masalah berkaitan dengan masalah yang terjadi.

3. Penentuan Batasan dan Asumsi

Langkah selanjutnya adalah dengan menentukan batasan dan asumsi dari kegiatan penelitian yang akan dilakukan. Batasan dan asumsi ini sangatlah diperlukan di dalam kegiatan penelitian dikarenakan agar kegiatan penelitian dapat tetap sesuai dengan ruang lingkup dan tidak merambat ke permasalahan lainnya. Asumsi juga diperlukan agar kegiatan penelitian tidaklah bias.

4. Studi Literatur

Pada langkah ini, studi literatur digunakan sebagai dasar atau teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan. Studi literatur merupakan teori-teori yang digunakan dalam penelitian sehingga penelitian yang dilakukan didasarkan pada teori yang mendukung.

5. Evaluasi BMC

Pada langkah ini, evaluasi Business Model Canvas (BMC) adalah melakukan pemeriksaan kembali BMC yang telah ada sebelumnya. Evaluasi tersebut bertujuan untuk memberikan masukan atau saran terhadap BMC yang akan dibuat kembali terhadap bisnis yang sedang dilakukan penelitian saat ini.

6. Perancangan BMC

Bisnis Model Canvas (BMC) adalah sebuah kerangka yang menjelaskan elemen-elemen bisnis dalam satu wadah. Bisnis Model Canvas memiliki bagan-bagan yang berisi pembahasan dari suatu bisnis, seperti produk, segmentasi konsumen, rancangan keuangan, dan kegiatan operasional. Secara sederhana, bisnis model canvas merupakan pemaparan hubungan antara bagian produksi, distributor, pemasaran, dan konsumen dalam satu bagan. Hal ini bertujuan untuk merancang kembali BMC dengan hasil evaluasi pada langkah sebelumnya.

7. Aspek Teknis dan Operasional

Aspek teknis dan operasional akan menjelaskan perencanaan yang dilakukan untuk menjalankan usaha secara teknis. Perencanaan tersebut meliputi perencanaan lokasi dan perencanaan proses, baik untuk proses produksi maupun proses penjualan yang disebut dengan SOP. Selain itu akan dilakukan penentuan fasilitas yang diperlukan baik dalam produksi maupun penjualan.

8. Aspek Legal

Pada tahap ini akan dijelaskan jenis dan kualifikasi badan usaha yang cocok untuk usaha kedai kopi Harbour Coffee. Selain itu akan dijelaskan juga mengenai izin yang diperlukan untuk menjalankan usaha tersebut. Izin - izin tersebut harus disesuaikan dengan daerah tempat mendirikan usaha tersebut.

9. Aspek Strategis

Aspek strategi mencakup bagaimana cara pengembangan bisnis dengan meningkatkan kualitas produk, membuat produk baru, atau bekerja sama dengan pihak lain. Strategi bisnis adalah tindakan yang dilakukan atas dasar pengambilan keputusan oleh perusahaan untuk mencapai target dan tujuan bisnisnya. Dengan kata lain, strategi bisnis adalah aksi dan proses perusahaan dalam mendukung aktivitas bisnisnya sehingga mendapatkan keuntungan.

10. Aspek Pasar dan Pemasaran

Pada tahap ini akan dilakukan proses segmenting, targeting, dan positioning (STP) terhadap target pasar yang akan dimasuki. Selain itu juga akan dilakukan perhitungan target penjualan berdasarkan hasil STP yang sudah dibuat. Proses terakhir pada aspek ini adalah pembuatan bauran pemasaran yang digunakan sebagai strategi pemasaran produk.

11. Aspek Finansial

Pada tahap aspek finansial akan dibuat laporan laba rugi dan aliran kas untuk tiga tahun mendatang. Laporan laba rugi dan aliran kas yang sudah dibuat tersebut kemudian digunakan untuk menghitung discounted payback period serta dari bisnis kedai kopi yang akan dijalankan.

12. Evaluasi Rencana Bisnis

Evaluasi rencana bisnis adalah sebuah aktivitas yang bertujuan untuk mengukur kinerja bisnis secara keseluruhan. Penilaian kinerja ini meliputi aspek ekonomi, kesehatan bisnis, dan indikator bisnis lainnya. Evaluasi rencana bisnis dimulai dengan memantau setiap proses bisnis yang dijalankan. Kemudian, hasil

pemantauan tersebut akan dianalisis untuk mengetahui apakah bisnis mengalami kemajuan atau kemunduran, dan apa saja pencapaian yang telah diraih bisnis.

13. Analisis

Analisis dilakukan terhadap kuesioner penelitian dan aspek-aspek yang sudah dijelaskan sebelumnya. Analisis ini dilakukan untuk memberikan perbaikan dan penjelasan pada setiap aspeknya.

14. Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan pemberian saran. Penarikan kesimpulan ini berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditentukan sebelumnya dengan menggunakan hasil pengolahan dan analisis data yang sudah dilakukan. Saran diberikan kepada pemilik usaha dan penelitian selanjutnya berdasarkan kesimpulan yang sudah didapatkan.

### **I.7 Sistematika Penulisan**

Pada subbab ini akan dijelaskan mengenai penulisan yang dilakukan pada setiap bab seluruhnya yang terdapat pada laporan penelitian. Penulisan tersebut berisi mengenai hal-hal yang akan dibahas pada setiap bab tersebut. Berikut ini adalah sistematika penulisan untuk bab-bab pada laporan penelitian.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dibahas dan dijelaskan mengenai latar belakang dari permasalahan yang hendak diangkat dan dijadikan topik penelitian yaitu kedai kopi Harbour Coffee. Setelah itu dapat dilanjutkan dengan mengidentifikasi permasalahan yang terdapat pada Harbour Coffee dan membuat rumusan masalah dari hasil identifikasi tersebut. Terdapat juga beberapa batasan dan asumsi, tujuan dan manfaat dari penelitian serta metodologi dan sistematika penulisan dari penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini akan dibahas dan dijelaskan mengenai teori-teori dasar yang digunakan selama kegiatan penelitian. Teori ini didasari oleh topik penelitian yang dipilih dan dilakukan, yaitu teori yang berkaitan dengan kedai kopi Harbour Coffee dan rencana bisnis. Pada bab ini melakukan pengambilan data, pengolahan data, analisis, mencari solusi hingga membuat kesimpulan dalam kegiatan penelitian yang dilakukan.

### **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini akan menjelaskan terkait pengembangan model penelitian, pengumpulan data dan pengolahan data. Selanjutnya melakukan evaluasi pada seluruh aspek yang ada pada Harbour Coffee dan memberikan usulan dan rencana bagi bisnis tersebut.

#### **BAB IV ANALISIS**

Pada bab keempat ini akan dilakukan analisis terhadap hasil dari pengumpulan dan pengolahan data yang sudah dilakukan. Terdapat lima hal yang akan dianalisis yaitu evaluasi usaha, analisis BMC usulan, analisis rencana legal, analisis rencana pasar dan pemasaran serta analisis rencana finansial.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dibahas dan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang terdapat pada tujuan penelitian. Penarikan kesimpulan tersebut didasari oleh pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan. Analisis dari pengumpulan dan pengolahan data berpengaruh juga pada kesimpulan tersebut. Pada bab ini akan memberikan masukan dan saran untuk pemilik usaha dan juga pada penelitian selanjutnya