

# **PRAKTIK BISNIS KEDAI KOPI “SORGE” DI BANDUNG**



## **DRAF LAPORAN PRAKTIK BISNIS**

**Oleh:**

**Nama : Algani Ramadhan**

**NPM : 2012910053**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh predikat  
Ahli Madya**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**DIPLOMA III**

**Program Studi Manajemen Perusahaan**

**(Terakreditasi berdasarkan keputusan BAN-PT**

**No: 1120/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/X/2015)**

**BANDUNG**

**2017**

**“SORGE” COFFEE SHOP BUSINESS PRACTICE REPORT IN  
BANDUNG**



**BUSINESS REPORT DRAFT**

**By:**

**Name : Algani Ramadhan**

**Reg. Number : 2012910053**

**This report made to fulfill the requirement of Diplome III Business  
Management Program**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**DIPLOME III**

**BUSINESS MANAGEMENT DEPARTMENT**

**(Accredited based on the decree of BAN-PT**

**No: 1120/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/X/2015)**

**BANDUNG**

**2017**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**DIPLOMA III**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERUSAHAAN**



**PRAKTIK BISNIS KEDAI KOPI “SORGE” DI BANDUNG**

**Oleh :**

**Nama : Algani Ramadhan**

**NPM : 2012910053**

**PERSETUJUAN DRAF LAPORAN PRAKTIK BISNIS**

Bandung, Juli 2017

Ketua Program DII Manajemen Perusahaan,

(Nina Septina, SP.,MM.,M.Phil)

Pembimbing,

(Dr. Elvy Maria Manurung, SE., Ak., MT.)



**PERNYATAAN:**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Algani Ramadhan  
 Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 30 Maret 1991  
 Nomor Pokok : 2012910053  
 Program Studi : Diploma III Manajemen Perusahaan  
 Jenis Naskah : Laporan Praktik Bisnis

**JUDUL**

PRAKTIK BISNIS KEDAI KOPI “SORGE” DI BANDUNG

Dengan,

Pembimbing : Dr. Elvy Maria Manurung, SE., Ak., MT.

**SAYA NYATAKAN**

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur, atau tafsir dan jelas saya untkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik dan sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak manapun.

Bandung,  
Dinyatakan tanggal:  
Pembuat Pernyataan:



Pasal 25 ayat (2) UU No. 20 Tahun 2010: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 : lulusan yang karya ilmiah digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 200juta

## ABSTRAK

Penulis memulai sebuah usaha kedai kopi bernama “SORGE” sejak pertengahan bulan juli 2015. Alasan memilih usaha ini karena penulis melihat adanya potensi yang menjanjikan dalam usaha kopi. Tingkat konsumerisme masyarakat khususnya di kota Bandung yang tinggi terhadap sektor makanan dan minuman serta perkembangan komoditi kopi yang terus dikembangkan. Penulis meyakini bahwa kegiatan usaha yang dilakukan akan menghasilkan keuntungan.

“*SORGE*” berasal dari bahasa Jerman yang artinya adalah bahasa Indonesia adalah peduli. Nama “SORGE” dipilih oleh penulis supaya muncul suatu bentuk kepedulian dan saling memedulikan antara kedai kopi dengan konsumen. “*SORGE*” terletak di dalam area kampus Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR), lokasi ini sangat strategis karena banyak orang yang melakukan kegiatan pada area kampus yang merupakan calon pelanggan. Penulis menginginkan adanya konsep edukasi dalam bentuk pelatihan gratis tentang teknik membuat kopi yang dapat bersinergi dengan lingkup pendidikan UNPAR.

Selama melakukan kegiatan usaha penulis mengalami permasalahan yang menyebabkan beberapa rencana tidak berjalan misalnya kurang dana untuk membeli mesin sangrai biji kopi. Fluktuasi penjualan kerap ditemui akibat faktor eksternal yang tidak terduga dan menjaga kegiatan produksi tetap konsisten adalah kewajiban. Penulis telah menganalisa kekuatan usaha, kelemahan, kesempatan, ancaman (SWOT) dan terus belajar untuk menanggulangi permasalahan pada masa yang akan datang. Penulis menyimpulkan bahwa pengembangan strategis dan inovasi sangat diperlukan dalam bisnis kedai kopi ini supaya tetap bertahan dan terus mendapatkan keuntungan.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penyusunan tugas akhir yang berjudul “Praktik Bisnis Kedai Kopi “*SORGE*” di Bandung, dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan tugas akhir ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, dan kerjasama dari berbagai pihak sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Ibu Dr. Elvy Maria Manurung, SE., Ak., MT selaku dosen pembimbing yang telah sabar, tekun, tulus, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun tugas akhir.

Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan pula kepada:

1. Ayah, Srutoseno yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.
2. Ibu, Retno Untari yang selalu mendoakan dan sabar dalam menghadapi penulis serta memberikan motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan jenjang pendidikan.
3. Shabrina Makarim adik ku yang terus memberikan dukungan dan semangat
4. Bella Happy Natalia, yang selalu mendengar keluh kesah, memberikan semangat dan menemani penulis saat senang dan duka, love you bea
5. Ibu Nina Septina selaku dosen wali dan kepala program studi D3 Manajemen UNPAR, yang selalu hadir dalam masa-masa sulit penulis selama menjalani proses perkuliahan.
6. Seluruh tenaga pengajar Program Studi Diploma III Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah memberikan bekal yang sangat berguna kepada penulis.
7. Seluruh karyawan tata usaha, pekarya Program Studi Diploma III Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam perkuliahan dan pada saat proses penyusunan laporan praktik bisnis.

8. Hagai Gitri Batara, Dhaneswara Dewata, Giovani Rizqi, Christo R Banurea Anastasia Nathania, Tommy Pranoto, Patrick Padua, Victor Denny, dan segenap asosiasi CO-OP yang telah mendukung dan menyemangati penulis
9. Bapak Dianta Hasri selaku mentor penulis yang tidak pernah berhenti memberi masukan dan bantuan untuk penulis.
10. Rekan-rekan yang telah mengerjakan Tugas Akhir bersama penulis, Shelly, Antonius Oche
11. Seluruh teman-teman D3 Manajemen UNPAR angkatan 2012 yang selalu menemani selama proses perkuliahan.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan pada penulisan tugas akhir ini, penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini.

Bandung, Juli 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
BAB I LATAR BELAKANG .....	1
1.1. Peluang dan kesempatan.....	1
1.2. Motivasi .....	2
1.3. <i>Problem Solving</i> .....	2
1.4. Ide Bisnis.....	3
BAB II KEGIATAN BISNIS .....	5
2.1. Profil Lengkap Bisnis .....	5
2.2. Alur Bisnis .....	9
2.2.1.Deskripsi <i>Input</i> .....	10
2.2.2.Deskripsi Proses .....	13
2.2.3.Deskripsi <i>Output</i> .....	14
2.3. Target Jangka Pendek-Menengah .....	18
2.4. Agenda Kerja ( <i>timeline</i> ) .....	22
BAB III EVALUASI BISNIS .....	23
3.1. Evaluasi Pencapaian Bisnis Kedai Kopi“ <i>SORGE</i> ” .....	23
3.2. Analisis .....	30

3.2.1. Analisis <i>SWOT</i> .....	32
3.2.2. Analisis <i>Business Canvas Model</i> .....	37
<b>BAB IV</b> .....	<b>39</b>
4.1 Kesimpulan Bisnis.....	39
4.2 Strategi Ke Depan .....	40
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>39</b>

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 BUSINESS CANVAS MODEL “SORGE” .....	4
GAMBAR 2. 1 STRUKTUR ORGANISASI KEDAI KOPI “SORGE” .....	8
GAMBAR 2. 2 ALUR BISNIS “SORGE” .....	9
GAMBAR 2. 3 BAHAN BAKU BIJI KOPU .....	11
GAMBAR 2. 4 TENAGA KERJA KEDAI KOPI “SORGE” .....	12
GAMBAR 2. 5 PERALATAN PRODUKSI KEDAI KOPI “SORGE” .....	12
GAMBAR 2. 6 PROSES PENERIMAAN PELANGGAN.....	14
GAMBAR 2. 7 CATATAN KELUHAN PELANGGAN.....	15
GAMBAR 2. 8 CATATAN BON PEMASUKAN.....	16
GAMBAR 2. 9 CONTOH PRODUK <i>CAFE LATTE</i> .....	16
GAMBAR 3. 1 RATA-RATA PENJUALAN “SORGE” TAHUN 2016 .....	30
GAMBAR 3. 2 DIAGRAM PERKEMBANGAN TARGET dan REALISASI PENJUALAN.....	31
GAMBAR 3. 3 ANALISIS <i>SWOT</i> “SORGE”.....	32
GAMBAR 3. 4 <i>BUSINESS CANVAS MODEL</i> “SORGE” .....	35

## DAFTAR TABEL

TABEL 2. 1 Profil Bisnis “SORGE” .....	5
TABEL 2. 2 VISI dan MISI.....	6
TABEL 2. 3 Target Jangka Pendek.....	17
TABEL 2. 4 TARGET JANGKA MENENGAH.....	18
TABEL 2. 5 AGENDA KERJA ( <i>TIMELINE</i> ).....	20
TABEL 3. 1 EVALUASI PENCAPAIAN TARGET PENJUALAN “SORGE” TAHUN 2016.....	23
TABEL 3. 2 NERACA AWAL “SORGE” TAHUN 2015 .....	26
TABEL 3. 3 NERACA AKHIR “SORGE” TAHUN 2016.....	27
TABEL 3. 4 LAPORAN LABA RUGI “SORGE” TAHUN 2016 .....	28
TABEL 3. 5 DATA PENJUALAN “SORGE” TAHUN 2015-2016 .....	29

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kartu Bimbingan Penulis.....	40
Lampiran 2 Contoh Bon penjualan .....	41

# **BAB I**

## **LATAR BELAKANG**

### **1.1. Peluang dan kesempatan**

Biji kopi merupakan salah satu komoditas agrikultur Indonesia yang memiliki potensi tinggi, dikarenakan letak geografis Indonesia yang terletak di sekitar garis khatulistiwa (*equatorial region*) membuat Indonesia hanya ada dua musim yaitu kemarau dan hujan, iklim sub-tropis adalah faktor utama yang dibutuhkan dalam budidaya tanaman kopi

Bentuk geografis negara Indonesia yang memiliki banyak dataran tinggi serta tanah yang subur kaya akan kandungan mineral akan menyebabkan tanaman kopi tumbuh dengan baik. Budidaya tanaman kopi tersebar merata di Indonesia, Tanaman kopi dapat dijumpai mulai dari pulau Sumatera, Jawa, Sulawesi, Nusa Tenggara, dan Papua.

Produksi biji kopi di Indonesia merupakan pengaruh kolonisasi Belanda yang memberlakukan sistem tanam paksa oleh pemerintahan kolonial Belanda pada tahun 1830 yang mewajibkan setiap desa menyisihkan 20% tanahnya untuk ditanami komoditi ekspor khususnya, kopi, tebu, dan nila. Masyarakat Indonesia sudah mengenal kopi sejak lama dan hingga saat ini telah diwariskan oleh para pendahulu, jadi tak heran jika kopi telah menjadi bagian dari sejarah Indonesia.

Sebagai contoh, begitu banyak tradisi meminum kopi yang unik mulai dari kota Aceh dengan sebutan ‘kopi walik’ (meminum kopi dengan gelas terbalik), ‘kopi joss’ di kota Yogyakarta (memasukan arang membara pada minuman kopi), kopi tubruk di Jawa Timur (kopi diseduh dengan ampasnya).

### **1.2. Motivasi**

Minum kopi adalah sebuah tradisi rakyat Indonesia dari jaman dahulu sama halnya seperti minum teh, kopi merupakan minuman yang menjadi khas dimana disajikan pada saat bertamu ke kediaman kerabat atau keluarga.

Pengaruh globalisasi kian menggeser tradisi meminum kopi di Indonesia yang tadinya di rumah, menjadi di *cafe* atau *coffeeshop*. Diawali dengan perusahaan besar asal Amerika yaitu ‘*Starbucks*’ yang mendirikan gerainya hampir di setiap

sudut kota besar di Indonesia, tidak hanya sekedar mendirikan kedainya di Indonesia tetapi juga mengklaim ratusan hektar perkebunan kopi di Indonesia untuk keperluan produksinya.

Biji kopi Indonesia memiliki kualitas yang sangat baik sehingga dapat diterima secara internasional, ditambah lagi dengan begitu banyak kebun kopi yang tersebar merata di Indonesia. Sayangnya oleh masyarakat Indonesia sendiri belum diolah dengan baik.

Masyarakat Indonesia memilih perusahaan luar negeri untuk mengolah biji kopi dari Indonesia. Akhirnya mengeluarkan lebih banyak uang untuk membeli kembali biji kopi Indonesia yang telah diproses di luar negeri.

### **1.3. *Problem Solving***

Pengaruh globalisasi sangat signifikan merubah pola konsumsi masyarakat di Indonesia, saat ini kalangan remaja pada umumnya lebih sering menggunakan *cafe* sebagai tempat berkumpul dengan kerabat sekedar meluangkan waktu untuk berbincang dan juga sebagai tempat melakukan kegiatan pendidikan seperti mengerjakan tugas, karena sudah banyak *cafe* atau kedai kopi (*coffee shop*) yang menyediakan koneksi internet dan didukung dengan suasana yang nyaman.

Melihat adanya potensi yang menjanjikan dari komoditi kopi di Indonesia dan permintaan pasar akan kedai kopi yang bisa menyediakan tempat sebagai alternatif konsumen untuk melakukan berbagai kegiatannya, membuat penulis yakin menginisiasi bisnis kedai kopi.

#### **1.4. Ide Bisnis**

Penulis ingin menerapkan konsep kedai kopi sebagai wadah edukasi. Konsep tersebut menghadirkan kedai kopi menjadi ruang yang bebas bagi setiap orang untuk mendapatkan ilmu yang bermanfaat serta nyaman untuk dikunjungi.

Penulis juga ingin menjadikan kedai kopi yang diminati banyak orang dengan harga produk yang lebih murah dibandingkan kedai-kedai kopi lainnya tanpa mengalami kerugian dalam keuangan. Kelebihan yang “*SORGE*” berikan dibandingkan dengan kedai kopi yang lain ada umumnya adalah :

1. Menyediakan berbagai macam varietas biji kopi yang ada di Indonesia dengan kualitas terbaik.
2. Memberikan informasi tentang komoditi kopi dan pelatihan teknik-teknik pembuatan kopi secara gratis.
3. Mengadakan acara musik untuk menghibur pengunjung kedai secara berkala.
4. Mengadakan diskusi dengan tema yang sesuai dengan lingkungan kampus mulai dari bahasan, politik dalam dan luar negeri, hukum, ekonomi, teknik, bisnis. Juga turut mendukung sarana edukasi di luar pembelajaran akademik Universitas Katolik Parahyangan.

**GAMBAR 1.1**  
**BUSINESS CANVAS MODEL “SORGE”**

<u>STRATEGIC PARTNERS</u>	<u>KEY ACTIVITIES</u>	<u>VALUE PROPOSITION</u>	<u>CUSTOMER RELATIONSHIP</u>	<u>CUSTOMER SEGMENT</u>
Penyedia Bahan Baku	Sangrai biji kopi Standard recipe	Harga terjangkau Rp. 15.000 - Rp. 18.000	Membership Event musik, diskusi, <i>barista class gratis</i>	Pelajar / Mahasiswa
Tempat Usaha	<u>KEY RESOURCES</u> Merekrut <i>barista</i> Modal awal	Kualitas rasa yang baik Tempat yang nyaman	<u>DISTRIBUTION CHANNELS</u> Kedai / toko Instagram	Karyawan Pecinta kopi
<u>COST</u> Bahan baku produksi <i>Espresso maker &amp; coffee wares</i> Biaya pengadaan event			<u>REVENUES</u> Penjualan Produk	

Sumber : “SORGE”, 2015