



LAPORAN BUSINESS PLAN IGNATE STUDY & CAFE

KELOMPOK 13 KKN REGULER

TEMATIK KEWIRAUSAHAAN



Ign.ate 13



BUSINESS PLANN

IGNITE CAFE & STUDY



Anggota Kelompok 13

1. Dewi Khayyirah N. /2223130005
2. M. yusuf mahmudi / 2223130017
3. Nanda puspitasari /2223130029
4. M. Abdullah azzam /2223130030
5. Aji mukti /2223130031
6. Harlin muhamat wahyu /2223130034
7. Chairunnisa indri r. /2223130086
8. Ulfa afriani /2223130119
9. Jihan fadika /2223130135
10. Meibie /2223130136
11. Suryadi sikumbang /2223130195

PRODI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

2025 H/ 1446 M

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
DAFTAR ISI.....	i
EXECUTIVE SUMMARY	ii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Visi dan misi usaha	1
BAB II GAMBARAN UMUM DAN RENCANA USAHA	3
A. Analisis produk	3
B. Analisis usaha	5
C. Analisis produksi	9
D. Analisis pasar	9
E. Analisis sumber daya manusia.....	10
F. Analisis keuangan	10

EXCECUTIVE SUMMARY

Ignite cafe & study merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa dan kuliner yang menyediakan makanan tradisional namun dikemas dengan gaya yang kekinian serta penyediaan area khusus belajar yang dapat digunakan kapan saja lengkap dengan berbagai buku yang disediakan. usaha ini merupakan jawaban dari permasalahan yang sering dihadapi oleh para pelajar yang ingin mencari suasana baru dalam belajar namun sulit karena terbatasnya waktu dan kondisi yang kurang kondusif di cafe-cafe pada umumnya, promosi yang dilakukan di media sosial seperti: instagram, tiktok, facebook, whatsApp dan X dengan target konsumen yaitu para pelajar, mahasiswa ataupun mereka yang membutuhkan ruangan untuk belajar namun tetap tenang, nyaman dan kekinian. Dengan menerapkan sistem member khusus bagi para pengunjung yang ingin menggunakan ruangan belajar ataupun membaca buku. Menu-menu yang disediakan juga beragam mulai dari coffe, non coffe, makanan berat dan dessert sesuai dengan selera remaja hingga orang dewasa.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Dalam era modern saat ini, kebutuhan akan tempat yang nyaman dan kondusif untuk belajar semakin meningkat, khususnya bagi pelajar, mahasiswa, dan pekerja kreatif. Banyak dari mereka mencari alternatif ruang belajar di luar rumah atau kampus yang tidak hanya tenang dan nyaman, tetapi juga menyediakan akses terhadap fasilitas pendukung seperti Wi-Fi cepat, colokan listrik, serta minuman dan makanan ringan untuk menunjang aktivitas belajar agar lebih efektif dan menyenangkan.

Fenomena ini mendorong munculnya konsep study cafe, sebuah tempat yang menggabungkan suasana kedai kopi dengan ruang belajar yang dirancang khusus agar dapat memenuhi kebutuhan penggunanya. Study cafe bukan hanya sekadar tempat untuk menikmati kopi atau makanan ringan, melainkan juga menjadi ruang produktif yang mendukung konsentrasi, kreativitas, dan interaksi positif antar pengguna. Kota-kota besar dan daerah pendidikan yang memiliki populasi pelajar dan mahasiswa yang besar menjadi pasar potensial untuk pengembangan bisnis study cafe. Dengan menghadirkan konsep yang tepat mulai dari desain interior yang nyaman, suasana yang tenang, fasilitas teknologi pendukung, hingga pelayanan ramah study cafe dapat menjadi tempat favorit sekaligus inspiratif bagi banyak orang untuk belajar, berdiskusi, dan berkreasi.

B. Visi Dan Misi Usaha

1. Visi: "Menjadi tempat belajar yang inspiratif dan nyaman, di mana setiap individu dapat menemukan semangat untuk belajar, berkolaborasi, dan berinovasi. Kami berkomitmen untuk menyediakan lingkungan yang mendukung, dengan fasilitas yang lengkap dan suasana yang mendukung kreativitas, sehingga setiap pengunjung dapat mencapai potensi terbaik mereka."
2. Misi:
 - a) Menyediakan Lingkungan yang Nyaman: Menciptakan suasana yang tenang dan nyaman, dilengkapi dengan fasilitas yang mendukung kegiatan belajar, seperti Wi-Fi cepat, meja kerja yang ergonomis, dan area diskusi.

- b) Mendukung Komunitas Pembelajaran: Menjadi pusat bagi pelajar, mahasiswa, dan profesional untuk berkolaborasi, berbagi ide, dan saling mendukung dalam proses belajar.
- c) Menawarkan Menu Sehat dan Menarik: Menyediakan pilihan makanan dan minuman yang sehat dan berkualitas, untuk mendukung konsentrasi dan energi pengunjung selama belajar.
- d) Mengadakan Kegiatan Edukatif: Menyelenggarakan workshop, seminar, dan acara komunitas yang dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pengunjung.
- e) Mendengarkan dan Beradaptasi: Secara aktif mendengarkan umpan balik dari pengunjung untuk terus meningkatkan layanan dan fasilitas, agar selalu relevan dengan kebutuhan mereka.

BAB II

GAMBARAN UMUM DAN RENCANA USAHA

A. Analisis Produk

1. Makanan Darfla (dadar gulung Fla)

Dadar gulung fla merupakan salah satu produk makanan tradisional Indonesia yang mengalami inovasi dalam isi dan penyajiannya. Pada umumnya, dadar gulung terdiri dari kulit berwarna hijau yang terbuat dari campuran tepung terigu, santan, telur, dan daun pandan atau suji sebagai pewarna dan pemberi aroma alami. Inovasi pada dadar gulung fla terletak pada isinya yang menggunakan fla manis dan lembut sebagai pengganti unti kelapa tradisional. Hal ini memberikan cita rasa baru yang lebih modern dan dapat diterima oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda yang menyukai tekstur lembut dan rasa manis seperti pada dessert barat. Kombinasi antara kulit dadar yang kenyal dan aroma pandan yang khas dengan isian fla yang creamy menjadikan produk ini menarik baik dari segi rasa, tampilan, maupun nilai jual. Dadar gulung fla dapat menjadi pilihan kudapan yang unik untuk acara santai maupun sebagai produk komersial yang dikembangkan dalam industri makanan ringan dan kue basah.

2. Makanan coflle keju

Coflle Keju merupakan produk minuman inovatif yang memadukan rasa pahit khas kopi dengan sensasi gurih dan creamy dari keju. Perpaduan ini menciptakan rasa yang unik dan menarik bagi konsumen yang gemar mencoba varian minuman kekinian. Produk ini ditujukan terutama untuk pasar anak muda berusia 17 hingga 35 tahun, khususnya kalangan mahasiswa dan pekerja urban yang terbuka terhadap tren baru dan senang mengeksplorasi cita rasa berbeda. Keunggulan utama Coflle Keju terletak pada keunikannya, yang dapat menjadi daya tarik tersendiri di tengah persaingan pasar minuman yang kian kompetitif. Selain itu, tampilannya yang estetik dan instagramable membuat produk ini berpotensi besar untuk viral di media sosial.

Namun, Coflle Keju juga memiliki tantangan, seperti keterbatasan penerimaan konsumen terhadap rasa keju dalam kopi, serta biaya bahan baku yang cukup tinggi karena penggunaan keju premium dan kopi berkualitas. Edukasi pasar menjadi penting untuk mengenalkan rasa dan konsep minuman ini. Di sisi lain, tren meningkatnya konsumsi minuman premium dan berkembangnya budaya minum kopi membuka peluang besar untuk Coflle Keju. Peluang ini bisa dimaksimalkan dengan strategi pemasaran digital yang menarik, promosi melalui media sosial, kolaborasi dengan influencer, serta menghadirkan varian rasa musiman untuk menjaga minat konsumen. Dengan manajemen yang tepat, Coflle Keju dapat menjadi produk andalan yang tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga membentuk tren baru dalam dunia minuman kopi modern.

3. Minuman kopi susu gula aren

Kopi Gula Aren merupakan salah satu varian minuman kopi kekinian yang sangat populer di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Minuman ini menggabungkan cita rasa kopi, susu, dan manis alami dari gula aren, menciptakan kombinasi rasa yang kuat namun tetap lembut dan mudah diterima oleh berbagai kalangan. Ciri khasnya terletak pada aroma khas gula aren yang memberikan rasa manis yang lebih kaya dan kompleks dibandingkan gula biasa. Produk ini menyasar segmen pasar anak muda, pekerja kantoran, hingga penikmat kopi pemula yang ingin menikmati kopi tanpa rasa pahit berlebihan. Popularitasnya yang tinggi menjadikan Kopi Gula Aren sebagai menu wajib di banyak kedai kopi lokal, mulai dari brand besar hingga UMKM.

4. Minuman es kelapa jeruk nipis

Es kelapa jeruk nipis adalah produk minuman segar yang mengombinasikan air kelapa muda dengan perasan jeruk nipis, menciptakan rasa yang menyegarkan dan kaya manfaat. Minuman ini memiliki cita rasa yang unik, yaitu perpaduan manis alami dari air kelapa dengan sensasi asam segar dari jeruk nipis, yang sangat cocok dinikmati di cuaca panas. Kandungan elektrolit alami dari kelapa membantu menghidrasi tubuh, sementara jeruk nipis memberikan tambahan vitamin C dan meningkatkan rasa segar. Dari segi tampilan, potongan daging kelapa muda yang

lembut berpadu dengan warna bening kehijauan dari campuran jeruk nipis dan es batu, menjadikannya menarik secara visual. Produk ini juga memiliki nilai kesehatan yang tinggi karena tidak memerlukan tambahan pemanis buatan untuk tetap terasa nikmat. Es kelapa jeruk nipis sangat potensial untuk dipasarkan di area wisata, kafe, maupun gerai minuman jalanan karena memiliki daya tarik alami, rasa yang khas, serta cocok untuk semua kalangan. Dengan kemasan yang higienis dan strategi promosi yang menonjolkan kesegaran dan manfaat kesehatannya, minuman ini bisa menjadi alternatif sehat di tengah tren minuman manis berkarbonasi.

B. Analisis usaha

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan sebagai dasar strategi pemasaran. Dalam membuat analisis SWOT terdapat dua faktor yang perlu kita ketahui, yaitu faktor internal dan eksternal kedua faktor ini membantu kita dalam melakukan analisis data yang kita buat.

a) Strength (kekuatan produk)

Adalah komponen yang memberikan kelebihan pada usaha kita dibandingkan komponen yang lain

- 1) Harga yang terjangkau
- 2) Lokasi yang strategis
- 3) Menu yang variatif
- 4) Fasilitas yang lengkap
- 5) Ruang yang nyaman

b) Weakness (kelemahan)

Adalah komponen yang menentukan apa saja kelemahan yang dimiliki dalam bisnis kita

- 1) Biaya operasional yang tinggi
- 2) Ketergantungan pada pelanggan
- 3) Keterbatasan ruang
- 4) Kebisingan

c) Opportunities (peluang)

Adapun komponen yang menentukan peluang-peluang yang bisa kita manfaatkan agar usaha dapat berkembang kedepannya

- 1) Meningkatnya kebutuhan akan ruang belajar
- 2) Penggunaan technology
- 3) Kerjasama dengan universitas atau sekolah
- 4) Pengembangan menu dan layanan

d) Threats (ancaman)

Adapun komponen ini berguna untuk mengetahui ancaman apa saja yang mungkin kita hadapi saat menjalankan usaha. Dengan demikian kita bisa mengetahui hal-hal apa yang menjadi penghambat perkembangan bisnis kita dan bagaimana kita bisa meminimalisir atau menghindarinya.

- 1) Perubahan perilaku konsumen
- 2) Ketergantungan pada kondisi ekonomi

2. Bisnis model canvas

Business Model Canvas (BMC) adalah sebuah strategi manajemen yang digunakan untuk menggambarkan ide dan konsep bisnis secara visual dalam satu lembar kanvas. BMC terdiri dari 9 elemen kunci yang saling berhubungan, memungkinkan pebisnis untuk memahami dan merancang model bisnis secara komprehensif. Dengan tujuan: Memvisualisasikan model bisnis, Meningkatkan pemahaman, Mencari ide dan menguji model bisnis, Mencari ide dan menguji model bisnis. adapun manfaat dalam penggunaan bisnis model canvas;

- a. Memudahkan perencanaan bisnis
- b. Membantu mengidentifikasi peluang dan ancaman
- c. Mempercepat inovasi
- d. Memudahkan investasi

<i>Customer Segments</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Proposition</i>
<ul style="list-style-type: none"> - mahasiswa - pelajar - pekerja kreatif - seluruh kalangan masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> -membuat cemilan dan coffe - memasarkan cemilan dan coffe -memperbarui buku bacaan (novel, dongen, cerita rakyat) -mempertahankan kualitas dan rasa 	<ul style="list-style-type: none"> - bisa Dine in atau take away - kemasan yang aman dan menarik - ruang belajar nyaman dan dingin - harga yang terjangkau
	<p style="text-align: center;"><i>Key Resources</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - lokasi yang strategis (di lingkungan pendidikan) - alat masak - pekerja yang kompeten - supplier bahan baku yang bagus - tempat belajar yang nyaman 	
<i>Customer Relationship</i>	<i>Key Partnership</i>	<i>Cost Structure</i>
<ul style="list-style-type: none"> - potongan harga - giveaway di moment berharga - poin untuk membership 	<ul style="list-style-type: none"> Key partnership - supplier bahan makanan - pedagang - toko buku - supplier kemasan 	<ul style="list-style-type: none"> - pengadaan alat masak - mempersiapkan lokasi sewa tempat - pengadaan bahan baku - anggaran pemasaran dan promosi - pengadaan alat tulis, buku baca, dan elektronik
<i>Channels</i>	<i>Revenue Stream</i>	
<ul style="list-style-type: none"> - website - Instagram - Twitter 	<ul style="list-style-type: none"> modal awal pribadi - dana dari Investor - penjualan makanan 	

- Facebook - WhatsApp	dan minuman - penyewaan ruang belajar	
--------------------------	---	--

C. Analisis produksi

Pemilihan lokasi usaha yang dipilih oleh ignite café & studi yaitu berada di wilayah sawah lebar, pemilihan lokasi ini karena lokasi tersebut merupakan lokasi yang strategis dekat dengan kampus dan area sekolah sehingga mudah dikunjungi oleh para konsumen baik yang ingin belajar atau hanya sekedar nongkrong di café. Adapun proses produksinya meliputi:

1. Perencanaan Menu: Membuat menu yang sesuai dengan target pasar dan konsep cafe.
2. Pengadaan Bahan Baku: Membeli bahan baku yang berkualitas dan segar untuk membuat menu cafe.
3. Pengolahan Bahan Baku: Mengolah bahan baku menjadi produk jadi, seperti kopi, teh, makanan ringan, dan lain-lain.
4. Pelayanan: Menyajikan produk kepada pelanggan dengan pelayanan yang baik dan ramah.
5. Pengelolaan Inventori: Mengelola stok bahan baku dan produk jadi untuk memastikan ketersediaan dan kualitas.
6. Pengendalian Kualitas: Mengontrol kualitas produk dan pelayanan untuk memastikan kepuasan pelanggan.
7. Pembersihan dan Sanitasi: Membersihkan dan melakukan sanitasi pada area produksi dan pelayanan untuk memastikan kebersihan dan keamanan.

D. Analisis pasar

Target pasar yang merupakan mahasiswa, pelajar, guru, dosen ataupun masyarakat yang membutuhkan ruangan untuk belajar atau hanya sekedar membaca dengan jumlah pasar yang besar yakni mahasiswa dan pelajar yang cukup banyak di kota Bengkulu hal ini membuat para pembisnis pesimis untuk menjalankan business study café. Mengetahui sedikitnya pesaing serta peningkatan permintaan yang terus bertambah juga menjadi salah satu alasan yang kuat. Dengan menggunakan strategi pemasaran seperti media sosial (instagram, facebook, twitter dan tiktok) ataupun promosi offline (brosur, poster atau bahkan mengadakan event untuk mempromosikan) bisa juga melakukan kerjasama dengan pihak sekolah ataupun pihak universitas. Selain dengan sistem promosi online

ataupun offline, tetap harus menjaga cita rasa menu yang dihidangkan, menjaga kebersihan dan kepercayaan konsumen.

E. Analisis sumber daya manusia

Gambaran kebutuhan SDM dalam pengelolaan business ignite study café dibagi menjadi 4 bagian dalam memenuhi kebutuhan SDM (sumber daya manusia), yaitu:

1. Bagian produksi, yaitu yang mengembangkan dan menjaga kualitas marketplace
2. Bagian operasional, yang mengurus perlengkapan
3. Bagian sales, mengurus penjualan produk dan mengecek persediaan barang
4. Bagian keuangan, mencatat dan mengkomunikasikan laporan keuangan

F. Analisis keuangan

1. MODAL AWAL (INVESTASI AWAL)

Kebutuhan	Estimasi Biaya (Rp)
Renovasi interior & pengecatan	10.000.000
Meja, kursi, sofa (15–20 set)	15.000.000
Peralatan dapur & mesin kopi	18.000.000
Peralatan makan & minum	4.000.000
AC dan peralatan listrik tambahan	5.000.000
Perangkat internet & Wi-Fi router	2.000.000
Sound system & speaker ambient	2.000.000
Software kasir & komputer	3.000.000

2. BIAYA TETAP BULANAN

Komponen	Estimasi Biaya (Rp)
Sewa tempat	7.000.000
Gaji pegawai (3 orang)	7.500.000
Listrik & air	1.500.000
Wi-Fi & software POS	500.000
Biaya lisensi/langganan musik	250.000
Total Biaya Tetap	Rp16.750.000

3. BIAYA VARIABEL BULANAN

Komponen	Estimasi Biaya (Rp)
Bahan baku makanan & minuman	18.000.000
ATK, tisu, sabun, pembersih	500.000
Promosi dan media sosial	1.000.000
Loyalty & diskon pelanggan	500.000
Kemasan take away	500.000
Total Biaya Variabel	Rp20.500.000

5. Break Event Poin (BEP)

1. Asumsi Dasar Biaya Operasional

A. Biaya Tetap per Bulan (Fixed Costs):

- Sewa tempat: Rp 8.000.000
- Gaji karyawan (3 orang): Rp 12.000.000
- Listrik, air, dan internet: Rp 2.000.000
- Biaya penyusutan alat & furnitur: Rp 1.500.000
- Izin usaha promosi tetap, dll: Rp. 1.000.000

Total Fixed Cost = Rp 24.500.000

B. Biaya Variabel per Produk (Variable Costs per Unit):

Diasumsikan produk utama adalah minuman kopi dan makanan ringan.

- Rata-rata bahan baku (kopi, gula, susu, snack): Rp 10.000 per unit
- Kemasan dan perlengkapan saji: Rp 2.000 per unit

Total Variable Cost per unit = Rp 12.000

C. Harga Jual rata rata per produk

Diasumsikan harga jual rata-rata = Rp 25.000

2. Rumus BEP (Unit dan Rupiah)

BEP (Unit) = Total Biaya Tetap / (Harga Jual per Unit - Biaya Variabel per Unit)

$$= \text{Rp}24.500.000 / (\text{Rp}25.00 - \text{Rp}12.000)$$

$$= \text{Rp}24.500.000 / \text{Rp}13.000$$

$$= \mathbf{1.884 \text{ Unit per bulan}}$$

(\approx 63 unit per hari jika buka 30 hari)

BEP (Rupiah) = BEP unit x harga jual per unit

$$1.884 \times \text{Rp}25.000$$

$$= \mathbf{\text{Rp } 47.100.000 \text{ per bulan}}$$

6. Rencana Laba Rugi

Laba Kotor (Gross Profit)

= Pendapatan – Biaya Variabel

= Rp 60.000.000 – Rp 28.800.000

= **Rp 31.200.000**

5. Laba Bersih (Net Profit)

= Laba Kotor – Biaya Tetap

= Rp 31.200.000 – Rp 24.500.000

= **Rp 6.700.000**

7. Penentuan HPP

1. Komponen Biaya Bahan Baku per Gelas

Bahan Baku	Takaran/Unit	Harga Satuan	Biaya per Gelas
Kopi (bubuk/espresso)	10 gram	Rp 200/gram	Rp 2.000
Susu cair	150 ml	Rp 10.000/liter	Rp 1.500
Gula aren cair	20 ml	Rp 30.000/liter	Rp 600
Es batu, air, gas dll (estimasi)	—	—	Rp 400
Total Bahan Baku			Rp 4.500

2. Biaya Pendukung

Kategori	Biaya per Unit
Kemasan (cup, tutup, sedotan)	Rp 2.000
Serviette/stirrer/label	Rp 500
Total Biaya Pendukung	Rp 2.500

3. Total HPP per Gelas Kopi Susu Gula Aren

= Biaya Bahan Baku + Biaya Pendukung

= Rp 4.500 + Rp 2.500

= Rp 7.000

