

BAB V

TARGET PELANGGAN DAN KETERSEDIAAN PASAR

Target Pelanggan

Target Pelanggan dari Efrata Coffe yaitu Caffee-caffee yang ada di Indonesia dan minimarket yang ada di Kab. Ngada, Kab. Nagekeo, dan tempat destinasi wisata yang ada di Labuan Bajo. Karena kopi merupakan salah satu buah tangan jika wisatawan berlibur ke Flores – NTT. Kemudian penikmat kopi yang ingin beralih dari kopi instan yang menggunakan pengawet ke kopi murni tanpa bahan pengawet. Target pelanggan dari yang personal atau penikmat kopi adalah 20 s/d 50 tahun

Ketersediaan Pasar

Data Tahunan Konsumsi Kopi Indonesia yang dikeluarkan oleh Global Agricultural Information Network menunjukkan proyeksi konsumsi kopi domestik (Coffee Domestic Consumption) pada 2019/2020 mencapai 294.000 ton (294.000.000 kg). Yang mana dalam satu hari konsumsi kopi di Indonesia mencapai 805.479 kg kopi. Kebutuhan konsumsi kopi di Indonesia yang dapat dipenuhi oleh usaha Si Kopi adalah 1,5 kg/hari. Sehingga market share dari market size yang diperoleh usaha si kopi 0,00019% dari total konsumsi kopi perhari di Indonesia yaitu 805.479 kg.

BAB VI

STRATEGI PEMASARAN DAN AKUISI PELANGGAN

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran Efrata Coffee mencakup 9p :

- *Product* (Produk)

Efrata Coffee membeli bahan baku dari petani kopi dengan mutu kopi yang berkualitas, sehingga pada saat di produksi menjadi kopi bubuk cita rasa yang dihasilkan tidak akan berubah. Proses produksi akan selalu diperhatikan dan di proses sesuai SPO yang di berikan oleh di BPOM.

- *Place* (Lokasi)

Efrata Coffee menjual produk melalui offline dan online. Offline yaitu efrata coffe membuka stand kopi untuk memudahkan para konsumen yang berada di daerah, kemudian online, efrata coffe menjual melalui social media yaitu Instagram, Facebook, dan Whatsapp

- *Price* (Harga)

Disini efrata Coffe Menjual beberapa kemasan dengan harga yang berbeda yaitu :

15g/bungkus : Rp. 2.000

150g/bungkus : Rp. 25.000

250g/bungkus : Rp. 35.000

500G/bungkus : Rp. 70.000

- *Promotion* (Promosi)

Efrata melakukan promosi melalui offline dan online. Melalui offline kami bekerjasama dengan beberapa hotel di Kec. Bajawa untuk memakai kopi kami untuk disediakan di setiap kamar dengan kemasan sachet. Melalui media online yaitu melalui Instagram dan Whatsapp

- *People* (Partisipan)

Dalam layanan pengiriman luar daerah, Efrata Coffee bekerja sama dengan Lyon Parcell, tetapi tidak menutup kemungkinan Efrata coffe mengirim produk ke luar daerah dengan menggunakan jasa pengiriman lain seperti, J&E, Sicepat dan J&T.

- *Process* (Proses)

Dalam proses pemesanan produk konsumen biasanya memesan melalui Instagram dan Whatsapp. Biasanya konsumen diwajibkan untuk mengonfirmasi

balik melalui Whatsapp bila konsumen tersebut memesan melalui Instagram. Dan diwajibkan mengisi data diri dan alamat lengkap. Pembayaran dilakukan sebelum barang dikirim dan pembayaran melalui Rek BRI dan BNI

- *Physical evidence* (Kebutuhan Fisik)

Memberikan tampilan produk yang dijual dengan detail pada *social media* (Instagram dan Facebook) dan memberikan edukasi dalam minum kopi

- *People Opinion* (Pendapat Masyarakat)

Pendapat masyarakat tentang efrata coffee sampai saat ini baik-baik saja, dikarenakan efrata coffee selalu mengutamakan kualitas dan steril. Dalam hal ini efrata coffee selalu menjelaskan langsung kepada konsumen yang ingin melihat langsung produksi efrata coffee dan kami juga menjelaskan dari proses pemilihan biji kopi yang baik, proses penyangraian kopi, hingga proses packaging, sehingga konsumen benar-benar tahu dari proses awal hingga akhir, sehingga dari konsumen yang kami jelaskan tentang proses produksi dapat disampaikan kepada konsumen lain agar konsumen lain tertarik untuk membeli produk kami.

- *Politik Power* (Kekuatan Politik)

Kekuatan politik juga mempengaruhi pemasaran produk di daerah sendiri. Yaitu peran Pemerintah Daerah membatasi penjualan kopi sachet di daerah, dan lebih memprioritaskan produk daerah sendiri dengan dibantu oleh Asosiasi Arabica Flores Bajawa (AFB)

Akuisi Pelanggan

- Menceritakan langsung keunikan dan kualitas produk secara langsung kepada konsumen
- Tidak memberi diskon kepada customer, jadi konsumen yang betul-betul tahu tentang kopi, dia akan merasakan kualitas kopi bukan dari kita memberi diskon untuk menarik konsumen
- Menunjukkan keunggulan kopi dan meyakinkan konsumen terhadap produk kita.

BAB VII BUSINESS MODEL

**Bisnis Model
Canvas**

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segments</i>
• Petani Kopi • Pengepul Kopi • Minimarket yang ada di Kec. Bajawa • Beberapa Hotel yang ada di Kec. Bajawa	• Membeli hasil panen kopi dari petani • Memproduksi kopi bubuk dari awal sampai proses pengemasan	• Meningkatkan daya saing produk kopi sebagai oleh-oleh khas Kec. Bajawa NTT • Diproses dengan standar yang telah ditentukan oleh BPOM Indonesia • 100% original kopi tanpa bahan pengawet	• Menjaga kepuasan konsumen dengan terus memperhatikan kualitas produk.	• Café-café yang ada di Indonesia • Minimarket yang berada di wilayah NTT • Penikmat kopi • Beberapa hotel yang berada di Kec. Bajawa NTT
		<i>Key Resources</i>	<i>Channels</i>	
		• Biji Kopi • Mesin Roasting • Mesin Grinder • Transportasi	• Sosial media (Instagram dan Facebook) • Komunitas kopi	
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Streams</i>		
• Bahan baku biji kopi • Gaji karyawan • Biaya produksi • Biaya listrik • Biaya kemasan		• Hasil penjualan dari produk kopi bubuk dan roastbean		

Milestone

Milestone merupakan pencapaian-pencapaian yang diraih dalam sebuah usaha, dari mula usaha Efrata Coffe didirikan pada akhir tahun 2019 hingga awal tahun 2022 Efrata Coffe sudah meraih beberapa pencapaian. Dan diharapkan kedepannya usaha Efrata Coffe dapat menjadi pilihan bagi penikmat kopi.

Tabel 7.1
Tabel Mileston

No	Bulan / Tahun	Milestone
1	November / 2019	Berdirinya Efrata Coffe
2	Desember / 2019	Memulai belanja untuk kebutuhan dan peralatan produksi
3	Januari / 2020	Membuat ruang produksi dan menambahkan perabotan
4	Februari / 2020	Mulai memproduksi kopi bubuk dengan skla kecil yang stok biji kopi dari bulan juni 2019.
5	Maret / 2020	Mulai memasarkan produk di sekitar kota bajawa
5	April - Mei / 2020	Mulai memproduksi produk dengan skla besar , dalam satu hari bisa meroasting kopi sebanyak 25-30 Kg
6	Juni – Agustus / 2020	Membeli biji kopi dari para petani kopi untuk di jadikan stok jangka panjang di samping itu proses produksi tetap berjalan
7	September / 2020	Mendaftarkan legalitas usaha Efrata Coffe
8	Oktober / 2020	Terbitnya legalitas usaha Efrata Coffe di antaranya SIUP, Izin Usaha Industri, NIB. Efrata Coffe juga sedang mengurus Nomor ijin Edar dari BPOM dan Sekaligus Mengikuti pelatihan yang di selenggarakan oleh BPOM Loka Ende
9	November / 2020	Efrata Coffe berhasil mendapatkan Nomor Ijin Edar yang di keluarkan oleh BPOM pusat.
10	Desember / 2020	Melakukan Pemasaran ke beberapa wilayah indonesia di ataranya tangerang, medan, dan NTB
11	Januari – Oktober / 2021	Fokus terhadap penjualan produk dan melakukan inovasi-inovasi pengembangan produk
12	November – Desember / 2021	Tahap evaluasi
13	Januari 2022	Melakukan perubahan packaging baru

Strategi Pencapaian Milleston

Pencapaian milestone dapat dilalui dengan beberapa tahapan perencanaan. Strategi untuk mencapainya yaitu dengan tetap menjaga kualitas dan keseterilan produk agar produk yang di jual tidak di komplein oleh konsumen. Selalu mengecek stok biji kopi yang di simpan dalam waktu jangka panjang dan selalu mengecek kadar air biji kopi sebelum melakukan proses roasting, karena kadar air kopi sangat berpengaruh ketika melakukan proses roasting, kadar air biji kopi yang baik adalah 13% dari hasil penjemuran.

Kemudian langkah selanjutnya adalah melakukan pengembangan ruangan produksi dengan menambah fasilitas di ruangan produksi agar lebih mudah ketika memproduksi produk dan evaluasi di setiap akhir tahun.

Tetap menjaga hubungan baik dengan mitra kerja diantaranya tetap menjaga hubungan baik dengan petani kopi dan konsumen. Mengikuti pameran dan pelatihan agar bisa menambah wawasan dan pengalaman.



BAB VIII

RENCANA PENGEMBANGAN

Rencana Pengembangan Bisnis 3 Bulan Kedepan

Usaha Efrata Coffee diharapkan akan terus berkembang dan untuk perencanaan 3 bulan kedepan sebagai berikut :

Tabel 8.1

Rencana pengembangan bisnis 3 bulan ke depan

April 2022	Mei 2022	Jun 2022
• Mengevaluasi kembali apa yang harus di perbaiki di tahun 2021	• Mengikuti salah satu komunitas yang ada di Indonesia, yaitu komunitas Nusantara • Melakukan inovasi baru yaitu merubah packing yang lebih menarik • Menambah 2 orang karyawan untuk membantu melancarkan proses produksi	Melakukan auditing untuk usaha Efrata Coffee. Auditing dilakukan dari seluruh aspek dan divisi. Berupa ketersediaan stok bahan baku, stok biji kopi matang, ketersediaan packaging, pengecekan mesin roasting dan pencatatan keuangan.

Rencana Pengembangan Bisnis 1 Tahun Kedepan

Untuk rencana pengembangan usaha Efrata Coffee Untuk 1 tahun kedepan yaitu sebagai berikut yang terlampir dibawah tabel ini.

Tabel 8.2
Rencana Pengembangan Bisnis 1 Tahun Kedepan

No	Bulan	Tahun	Rencana Pengembangan
1	April	2022	Dapat menambah stok <i>green bean</i> dengan skala besar
2	Mei	2022	Menambah SDM dari Efrata Coffee
3	Juni	2022	Dapat mengikuti even – event kopi tertentu
4	Juli	2022	Dapat menyetok ke kedai – kedai kopi di seluruh Indonesia
5	Agustus	2022	Mulai melakukan promosi dengan endorse
6	September	2022	Membuat project company profile
7	Oktober	2022	Membuat project company profile
8	November	2022	Menambah jumlah supplier dan tempat pendistribusian
9	Desember	2022	Melakukan audit secara lengkap
10	Januari	2023	Dapat membuat website sendiri
11	Februari	2023	Mendapatkan dana pengembangan
12	Maret	2023	Dapat membuat office sendiri

BAB IX

LAPORAN KEUANGAN, PROYEKSI KEUANGAN, DAN KEBUTUHAN DANA PENGEMBANGAN

Laporan Keuangan (Laba Rugi dan Neraca)

Tabel 9.1

Laporan Laba – Rugi

Periode November 2020 – Januari 2022

PERKIRAAN / AKUN	DEBIT SALDO	KREDIT SALDO
Pendapatan		17.575.000
Beban usaha		
• Beban gaji karyawan	3.500.000	
• Beban perlengkapan produksi	2.500.000	
• Beban Administrasi	1.500.000	
• Beban listrik	500.000	
• Beban pemeliharaan peralatan ruang produksi	2.500.000	
• Beban lain-lain	1.500.000	
Total Beban		12.000.000
Laba usaha Periode 30 November		5.575.000

Tabel 9.2

NERACA

Periode November 2020 – Januari 2022

NAMA AKUN	JUMLAH	TOTAL
AKTIVA LANCAR		
Kas	3.000.000	
Piutang dagang	10.000.000	
Persediaan Barang	15.000.000	
Jumlah Aktiva Lancar		28.000.000
AKTIVA TETAP		

Peralatan Produksi	85.000.000	
Akum. Penyusutan Peralatan	2.500.000	
Jumlah Aktiva Tetap		87.500.000
TOTAL AKTIVA		115.500.000
KEWAJIBAN		
Hutang Dagang	70.000.000	
Jumlah Kewajiban		70.000.000
EKUITAS		
Modal	30.000.000	
Laba Ditahan	11.925.000	
Laba Bersih	5.575.000	
Jumlah Kewajiban		47.500.000

**Proyeksi
Keuangan**

Tabel 9.3
Biaya Tetap

Nama Barang	Qty	Harga Satuan	
Mesin Roasting	1	Rp	25.000.000,00
Mesin Grinder	1	Rp	4.000.000,00
Mesin Sealer	1	Rp	900.000,00
Rak Etalase	2	Rp	500.000,00
Aluminium Voil	1 Pcs	Rp	250.000,00
Baliho	1	Rp	200.000,00
Neraca Timbang	1	Rp	150.000,00
APD	2	Rp	240.000,00
Legalitas Lengkap		Rp	5.000.000,00
TOTAL		Rp	36.240.000,00

Tabel 9.4
Biaya Varibel / bulan

Nama Barang	Qty	Harga Satuan	
Persediaan Bahan baku	50kg	Rp	2.500.000
Listrik	1 bln	Rp.	150.000
Gas	1 bln	Rp.	250.000
Packaging	400 pcs	Rp.	140.000
TOTAL		Rp.	3.040.000

Biaya Produksi

Keterangan	Qty	Harga
Bahan Baku		
- Biji kopi	10 kg	Rp. 900.000
Peralatan Tambahan		
- Box penyimpanan	4 buah	Rp. 100.000
- Sendok	5 buah	Rp. 50.000
Biaya Packaging		
- Cetak stiker	250 Stiker	Rp. 350.000
Biaya Roasting		
- Gas	10 kg	Rp. 250.000
- Listrik	1 bln	Rp. 150.000
Ongkir	1 kg (luar prov)	Rp. 60.000
Total Biaya Produksi		Rp. 1.860.000

Tabel 9.6
Proyeksi Keuangan Tahunan

Tahun	Varian Produk	Harga / pcs	Target / bulan	Pendapatan/bulan	Target/tahun	Pendapatan/tahun
2023	Arabica Bubuk 150 gr	Rp. 20.000	25 Pcs	Rp. 500.000	300 Pcs	Rp. 6.000.000
	Arabica Bubuk 250 gr	Rp. 30.000	30 Pcs	Rp. 900.000	360 Pcs	Rp. 10.800.000
	Arabica bubuk 500 gr	Rp. 60.000	20 Pcs	Rp. 1.200.000	240 Pcs	Rp. 14.400.000
	Roast Bean 500 gr	Rp. 55.000	20 Pcs	Rp. 1.100.000	240 Pcs	Rp. 13.200.000
	TOTAL		95 Pcs	Rp. 3.700.000	1.140 Pcs	Rp. 44.000.000
2024	Arabica Bubuk 150 gr	Rp. 20.000	35 Pcs	Rp. 700.000	420 Pcs	Rp. 8.400.000
	Arabica Bubuk 250 gr	Rp. 30.000	40 Pcs	Rp. 1.200.000	480 Pcs	Rp. 14.400.000
	Arabica bubuk 500 gr	Rp. 60.000	30 Pcs	Rp. 1.800.000	360 Pcs	Rp. 21.600.000
	Roast Bean 500 gr	Rp. 55.000	30 Pcs	Rp. 1.650.000	360 Pcs	Rp. 19.800.000
	TOTAL		135 Pcs	Rp. 5.350.000	1.620 Pcs	Rp. 64.200.000
2025	Arabica Bubuk 150 gr	Rp. 20.000	45 Pcs	Rp. 900.000	540 Pcs	Rp. 10.800.000
	Arabica Bubuk 250 gr	Rp. 30.000	50 Pcs	Rp. 1.500.000	600 Pcs	Rp. 18.000.000
	Arabica bubuk 500 gr	Rp. 60.000	40 Pcs	Rp. 2.400.000	480 Pcs	Rp. 28.800.000
	Roast Bean 500 gr	Rp. 55.000	45 Pcs	Rp. 2.475.000	540 Pcs	Rp. 29.700.000
	TOTAL			Rp. 7.275.000		Rp. 87.300.000

Activate Wind

Kebutuhan Dana Pengembangan

Di lakukannya kebutuhan dana pengembangan adalah untuk melihat apa saja yang di butuhkan oleh perusahaan, untuk melakukan pengembangan produk maupun pengembangan UMKM Efrata Coffe. Efek penjualan dari kebutuhan dana pengembangan adalah penjualan produk bis saja meningkat dengan melakukan perubahan sesuai target pelanggan yang di inginkan dan melakukan inovasi produk seperti , melakuan perubahan packaging semenarik mungkin dlam waktu satu tahun sekali dan melakukan promo atau diskon. Kemudian target dari bisnis adalah mampu

menembus pasar nasional dan mengenakan kopi khas daerah sendiri. Target bisnis di ukur ketika sudah berhasil memasarkan produk ke seluruh wilayah di Indonesia

Tabel 9.7
Perincian Kebutuhan Dana Pengembangan

Perincian

Bahan Baku

No	Nama Kebutuhan	Qty	Satuan	Harga	Total
1	Green Bean Arabica Bajawa	50	Kg	Rp. 90.000	Rp. 4.500.000
TOTAL					Rp. 4.500.000

Alat Bantu

No	Nama Kebutuhan	Qty	Satuan	Harga	Total
1	Mesin Roasting	1	-	Rp. 25.000.000	Rp. 25.000.000
2	Mesin Sealer	1	-	Rp. 900.000	Rp. 900.000
3	Mesin Grinder	1	-	Rp. 4.000.000	Rp. 4.000.000
4	Neraca Timbang	1	-	Rp. 150.000	Rp. 150.000
TOTAL					Rp. 30.050.000

Pemasaran

No	Nama Kebutuhan	Qty	Satuan	Harga	Total
1	Website	1	-	Rp. 1.500.000	Rp. 1.500.000
TOTAL					Rp. 1.500.000

Tempat Usaha

No	Nama Kebutuhan	Qty	Satuan	Harga	Total
1	Renovasi Ruang Produksi	-	-	Rp. 5.500.000	Rp. 5.500.000
2	Pemeliharaan Ruang Produksi	1	-	Rp. 1.500.000	Rp. 1.500.000
TOTAL					Rp. 7.000.000

Lain-lain

No	Nama Kebutuhan	Qty	Satuan	Harga	Total
1	Teknisi Peralatan produksi	1	-	Rp. 1.000.000	Rp. 1.000.000
2	Inovasi Produk	1	-	Rp. 1.500.000	Rp. 1.500.000
TOTAL					Rp. 2.500.000