

**C20Y
(PERENCANAAN PENDIRIAN USAHA
WARALABA MINUMAN *THAI TEA* DAN KOPI)**

BUSINESS PLAN



Disusun Oleh :

Nendy Trifini

1519200059

**STIE MULTI DATA PALEMBANG
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PALEMBANG
2020**

STIE
MIDP

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

Seiring dengan perkembangan zaman yang terus berubah, kebutuhan dan gaya hidup masyarakat Indonesia berubah mengikuti *trend* yang ada. Selain itu, dunia bisnis pun diramaikan dengan bisnis waralaba. Waralaba yang sedang ramai dilakukan adalah waralaba dibidang kuliner, khususnya minuman.

C2OY merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner, khususnya minuman yang menawarkan minuman *thai tea*, kopi, cokelat, dan gula aren. Usaha ini dirintis oleh ibu Christy Liviany tepatnya awal Februari 2015, dimana *C2OY* hanya menggunakan tenda dan gerobak biasa di pinggir jalan Taman Siswa lorong Lingkis. Kini, usaha yang dijalankan oleh ibu Christy Liviany ini telah memiliki tempat operasional yang layak di *Nakemano Hangout Place* Palembang Indah Mall.

Produk yang inovatif dan proses pembuatan yang berbeda menjadi keunggulan tersendiri dari *C2OY*. *C2OY* memperpadukan *thai tea* dan kopi dalam satu gelas yang diberi nama *Thai Tea Latte* dan *Thai Green Tea Latte*, serta menggunakan metode *fresh brewing* dalam menyeduh daun teh dan kopi. Selain itu, *C2OY* juga menawarkan harga yang cukup ramah sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan. Produk yang ditawarkan mulai dari harga Rp 7.500,- sampai dengan Rp 23.000,-.

Melihat antusias dan kecintaan masyarakat terhadap produk *C2OY*, maka *C2OY* memperluas usahanya menjadi usaha waralaba dengan menawarkan 2 paket waralaba, yaitu paket *booth nongki* sebesar Rp 35.000.000,- dan paket *booth jajan* sebesar Rp 17.000.000,-.

Pemasaran yang dilakukan waralaba *C2OY* yaitu melalui media sosial seperti *instagram*, pembagian brosur dan kartu nama, serta pemasaran dari mulut ke mulut (WOM). *C2OY* menargetkan calon *franchisee*-nya yang berusia produktif 23 - 55 tahun baik pria maupun wanita yang dimana usia tersebut dapat menghasilkan pendapatan dan dewasa dalam hal pemikiran ke depannya.

Modal awal yang dibutuhkan untuk mengoperasikan bisnis waralaba *C2OY* ini adalah sebesar Rp 203.514.000,-. Hasil kelayakan usaha yang telah diperhitungkan didapat *Payback Period* atau jangka waktu pengembalian investasi waralaba *C2OY* adalah 2 tahun 2 bulan 14 hari, *Net Present Value* bernilai positif sebesar Rp 107.310.358,- yang artinya usaha pendirian waralaba *C2OY* layak atau diterima, *Profitabilities Index* sebesar 1,5273 diatas ketentuan angka 1 dimana investasi dinyatakan layak atau diterima, *Internal Rate of Return* sebesar 26,0887% lebih besar dari suku bunga yang berlaku yaitu 5% dan *Average Rate of Return* atau perhitungan rata-rata pengembalian bunga pendirian usaha waralaba *C2OY* adalah sebesar 115,0353% atau lebih besar dari penetapan kelayakan suatu usaha dengan standar 100%, maka dapat disimpulkan bahwa waralaba *C2OY* layak untuk dijalankan.

STIE
MIDP

BAB II

PENDAHULUAN

2.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Perkembangan usaha kuliner di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat. Bentuk usaha kuliner khususnya minuman di dominasi oleh konsep waralaba dengan persentase sebesar 50,8% dibandingkan dengan konsep *business opportunity* (Dewi, 2015). Indonesia sudah mengenal bentuk usaha franchise atau waralaba sejak tahun 1970-an. Contohnya adalah usaha makanan dan minuman *Excelso, Starbuck, Dunkin Donuts, Bread Talk, Pizza Hut*, dan sebagainya.

Franchise pada mulanya di pandang bukan sebagai suatu usaha, melainkan sebagai suatu konsep, metode, ataupun suatu sistem pemasaran yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengembangkan pemasarannya tanpa melakukan investasi langsung pada *outlet* (tempat penjualan), melainkan dengan melibatkan kerjasama pihak lain selaku pemilik outlet (Rusli, 2015). Menurut Nurkhotimah, 2014, *franchise* merupakan format bisnis dimana pihak pertama yang disebut *franchisor* memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut *franchisee* untuk mendistribusikan barang atau jasa dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu menggunakan merek, logo dan sistem operasi dan di kembangkan oleh *franchisor*. Dengan kata lain, *franchise* merupakan bentuk

lisensi atas produk atau jasa perusahaan induk (*franchisor*) yang diberikan kepada individu/perusahaan lain yang berskala kecil dan menengah (*franchisee*), sehingga dapat dengan mudah memperluas jaringan usaha secara cepat.

Masyarakat atau calon *franchisee* tidak perlu merintis suatu usaha dari nol dan memiliki keahlian yang khusus, karena *franchise* adalah bentuk usaha yang mengkopikan merek usaha, sistem operasional, dan sebagainya. Hal inilah yang membuat minat masyarakat akan usaha *franchise*, khususnya di Palembang. Pendirian usaha *franchise* di Palembang semakin menjamur, baik produk lokal maupun asing seperti *Chatime*, *Dum Dum Thai Tea*, *Siam Thai Tea*, *Kedai Kopi Kulo*, *Janji Jiwa*, dan sebagainya.

Palembang telah dipenuhi dengan banyaknya usaha kuliner berbasis *franchise*, dimana tempat penjualan usaha *franchise* inipun telah merajalela mulai dari *mall* sampai dengan pinggir jalan. Masyarakat Palembang, khususnya anak muda memiliki kecenderungan untuk mengikuti *trend*, selain itu berkumpul dengan teman-teman (*nongkrong*) walaupun hanya dengan membeli minuman telah menjadi kebiasaan atau rutinitas. Selain itu, usaha kuliner yang meliputi makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer bagi semua orang. Hal inilah yang menjadi peluang usaha khususnya minuman. Kedai kopi dan teh menjadi minat dari masyarakat, sehingga menjamurnya usaha minuman tersebut.

Tabel 2.1 Pesaing Waralaba di Kota Palembang

No.	Merek Waralaba	Jumlah outlet bertambah dalam 1 tahun terakhir
1.	Dum Dum Thai Tea	3
2.	Siam Thai Tea	3
3.	Chatime	2
4.	Kedai Kopi KULO	4
5.	Janji Jiwa	7
Total		19
Rata-Rata		3,8 ≈ 4

Sumber : Penulis, 2019

Produk minuman seperti *thai tea* dan kopi memiliki banyak peminat khususnya di kota Palembang. Hal ini dapat dibuktikan melalui banyaknya outlet usaha minuman tersebut yang berdiri selama satu tahun terakhir seperti yang dapat dilihat dari tabel 2.1. Banyaknya permintaan dari masyarakat akan minuman *thai tea* dan kopi, maka semakin banyak pula penawaran yang dilakukan untuk memenuhinya.

Seiring dengan perkembangan jaman, perkembangan dunia bisnis pun berubah. Konsumen dapat merasa bosan akan bisnis yang monoton tanpa kreasi. Strategi yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis adalah dengan berinovasi, baik dari segi pelayanan maupun produk yang ada. Inovasi memberikan warna tersendiri dalam suatu bisnis untuk menarik konsumen (Wahyuni, 2017). Adanya inovasi dalam suatu bisnis dapat memperpanjang umur suatu usaha (*going concern*). Selain itu dapat memberikan keuntungan yang lebih, dimana keuntungan adalah tujuan utama dalam dunia bisnis, terutama bagi pemilik bisnis baik jangka pendek maupun jangka panjang, yang besarnya telah ditetapkan sesuai target dan batas waktu (Ali, 2014).

C2OY (“*situoy*”) merupakan usaha dibidang minuman yang telah berdiri sejak 4 tahun tepatnya awal Februari 2015, dimana *C2OY* hanya menggunakan tenda dan gerobak biasa di pinggir jalan Taman Siswa lorong Lingkis, namun kini telah memiliki tempat operasional yang layak di Nakemano Hangout Place Palembang Indah Mall yang memiliki konsep “*ngopi*”, “*ngeteh*”, dan “*nyoklat*”. *C2OY* (“*situoy*”) memiliki arti dalam bahasa Palembang “di sana” atau “*situ*”, sehingga masyarakat diharapkan dapat mengingat *brand* ini dengan mudah dengan memberikan unsur bahasa Palembang. Selain itu, memberikan stigma dibenak masyarakat apabila ingin “*ngopi*”, “*ngeteh*”, atau “*nyoklat*” hanya di *C2OY* (dibaca “*situoy*”, artinya “disana”). *C2OY* tidak hanya menawarkan konsep “*ngopi*”, “*ngeteh*”, dan “*nyoklat*” yang biasa, karena mereka menyadari akan perkembangan bisnis yang berubah-ubah agar mampu bersaing dan bertahan di dunia bisnis. Dengan memanfaatkan permintaan dan peluang yang ada, *C2OY* menginovasikan *thai tea* dan kopi. Dimana mereka memiliki menu *signature* yaitu *thai tea latte* dan *thai green tea latte*, yaitu perpaduan antara *thai tea* dan kopi dalam satu gelas sekaligus dengan metode *fresh brewing*. Hal ini menjadi pembeda *C2OY* dari kedai kopi dan teh lainnya, dan memberikan rasa yang baru dari minuman *thai tea* dan kopi.

Thai tea dan kopi merupakan minuman kekinian yang sedang digandrungi oleh masyarakat khususnya anak muda saat ini. *Thai tea* merupakan minuman yang berasal dari Thailand, dimana masyarakatnya telah mengenal sejak tahun 1980-an. Teh dianggap sebagai minuman

aromatik yang dikonsumsi oleh orang setiap hari di seluruh dunia. (Tipduangta, *dkk*, 2019). Teh ini tergolong dalam jenis teh hitam dan memiliki dua varian, yaitu *thai tea original* dan *thai green tea*, dimana kedua jenis teh ini mempunyai yang aroma dan rasa yang kuat dan menyegarkan, selain itu memiliki manfaat yang baik bagi tubuh (Anonim, 2019). Dengan meminum *thai tea* dapat mengurangi stress, berat badan, dan lain-lain.

Kopi merupakan minuman yang telah dikenal sejak lama oleh masyarakat luas. Meminum kopi sudah menjadi ritual dan gaya hidup saat memulai aktivitas di pagi hari hingga malam hari (Siahaan, 2017). Indonesia sendiri telah mengenal kopi sejak tahun 1696 (Siregar, 2018). Kopi pun tidak kalah memiliki banyak sekali manfaat bagi tubuh, diantaranya mengurangi stress, sakit kepala, dan sebagainya.

Thai tea dan kopi sendiri memiliki kandungan kafein, dimana diketahui bahwa kafein baik bagi tubuh. Hal diantaranya adalah meningkatkan kualitas tidur, kapasitas daya ingat, kreativitas, kinerja dan ketahanan fisik, serta emosi atau *mood*, membantu mengatur pola makan, dan mencegah penyakit. Sayangnya, banyak stigma dimasyarakat bahwa konsumsi teh dan kopi memiliki dampak negatif karena adanya kafein pada kedua minuman tersebut. Padahal, jika dikonsumsi dalam dosis yang wajar dan sesuai dengan kebutuhan individual, maka hal tersebut hanya mitos semata (Weinberg dan Bealer, 2014). Konsumsi kafein yang direkomendasikan yaitu tidak melebihi 500 mg sampai 600 mg, atau setara

dengan kafein dalam 3-4 cangkir kopi perhari (Weinberg dan Bealer, 2014). Jumlah ini cukup untuk memperoleh manfaat positif kafein yang diinginkan. Namun konsumsi kafein dalam dosis lebih tinggi diperbolehkan, selama tubuh masih menunjukkan respon yang baik.

Perpaduan teh dan kopi tentu memberikan manfaat, rasa, dan aroma yang luar biasa bagi penikmatnya. Beberapa kota di Daratan China, Hongkong, dan juga Malaysia telah lama mengenal minuman kopi yang dicampurkan teh (Yuliandri, 2016). Minuman ini dikenal dengan nama “*yuanyang*” di Hongkong, dan “*kopi cham*” di Malaysia. Masyarakat Hongkong akan meminum “*yuanyang*” hangat pada pagi hari dan dingin pada saat cuaca panas, minuman ini dipercaya sebagai minuman penambah semangat dan energi (Yuliandri, 2016).

C2OY menginovasiannya dengan menggunakan teh Thailand atau *thai tea* yang sedang digandrungi banyak peminat sebagai perpaduan kopi. Semua produk yang ditawarkan *C2OY* aman untuk dikonsumsi. Kadar dari setiap minuman yang ditawarkan telah disesuaikan dengan baik, khususnya menu *thai tea latte* dan *thai green tea latte*. Kadar kafein kopi dan *thai tea* disajikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2.2 Kadar Kafein

Jenis Minuman	Kadar Kafein
180 ml kopi	150 mg
180 ml teh hitam	50 mg

Sumber : Weinberg dan Bealer, 2014

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dihitung kadar kafein dalam satu gelas minuman *thai tea latte* dan *thai green tea latte C2OY*. Satu gelas *thai tea latte* atau *thai green tea latte C2OY* memiliki komposisi 10 gr bubuk kopi yang dilarutkan menjadi 60 ml cairan kopi dan 7 gr bubuk *thai tea* atau 6 gr *thai green tea* yang dilarutkan menjadi 100 ml cairan *thai tea* atau *thai green tea*, yang artinya minuman *thai tea latte* dan *thai green tea latte C2OY* mengandung kafein sebesar ± 78 mg kafein pergelas. Hal ini membuktikan bahwa perpaduan *thai tea* dan kopi aman untuk dikonsumsi karena tidak melebihi kadar kafein yang direkomendasikan untuk dikonsumsi perharinya ($78 \text{ mg} < 500 \text{ mg}$).

Selain teh dan kopi, *C2OY* juga menawarkan varian minuman cokelat dan gula aren. Manfaat cokelat sangat banyak bagi kesehatan yaitu menyehatkan jantung, memperbaiki kulit, mengurangi napsu makan berlebih, menambah *mood*, dan sebagainya (Cahaya, 2018). Perpaduan gula aren dan susu segar juga memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan karena mengandung kalsium dari susu dan vitamin serta mineral dari gula aren.

C2OY telah berdiri sejak awal Februari 2015 dan memiliki peminatnya tersendiri. Hal ini ditunjukkan dari penjualan *C2OY* selama tiga tahun terakhir berikut.

Tabel 2.3 Penjualan C2OY Tahun 2016, 2017, dan 2018

Tahun	Penjualan
2016	28.800
2017	30.240
2018	31.752
Total	90.792
Rata-Rata	30.264

Sumber : Wawancara Pemilik, 2019

Penjualan pada tahun 2016 adalah sebesar 28.800 porsi, yang artinya *C2OY* dapat menjual sebanyak 80 porsi minuman dalam satu hari kerja. Seiring berjalannya waktu usaha *C2OY* mengalami peningkatan penjualan melalui minat pelanggan yang terus bertambah.

Berdasarkan penjelasan di atas, serta telah 4 tahun *C2OY* berdiri sejak Februari 2015 dan guna mencari keuntungan yang lebih besar maka penulis tertarik untuk mengembangkan usaha minuman *C2OY* menjadi usaha waralaba atau *franchise*.

2.2 Visi, Misi, dan Tujuan

Visi merupakan suatu gambaran dari cita-cita atau harapan jangka panjang perusahaan, sedangkan misi merupakan suatu proses kerja yang mengarahkan terwujudnya cita-cita tersebut. Visi dan misi dapat dikatakan sebagai landasan atau pedoman dalam mencapai suatu tujuan, dimana keberadaannya sangat penting. Visi, misi, dan tujuan dari *C2OY* dapat diuraikan sebagai berikut :

2.2.1 Visi

Menjadikan *brand C2OY* sebagai bisnis dibidang kuliner khususnya minuman terkenal dan berkembang, baik di dalam maupun di luar Kota Palembang tahun 2029.

2.2.2 Misi

1. Mendirikan bisnis waralaba *C2OY* dengan inovasi terbaru, baik dari segi produk, proses pembuatan, maupun sistem pelayanan.
2. Menjaga kualitas produk dan pelayanan *C2OY* kepada para konsumen dan mitra bisnis.
3. Menjadikan *C2OY* sebagai usaha yang menyediakan produk dengan harga terjangkau.

2.2.3 Tujuan

1. Memberikan keuntungan bagi setiap pihak, baik bagi *franchisor*, *franchisee*, dan konsumen.
2. Memenuhi kebutuhan konsumen dan kepuasan para konsumen.
3. Mengembangkan usaha *C2OY* agar dapat lebih dekat dengan masyarakat.
4. Memberikan harga paket waralaba yang terjangkau.

STIE
MIDP

BAB III

GAMBARAN USAHA

C2OY merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner, khususnya minuman. Usaha ini telah berjalan selama 4 tahun tepatnya awal Februari 2015, dimana *C2OY* hanya menggunakan tenda dan gerobak biasa di pinggir jalan Taman Siswa lorong Lingkis. Kini, usaha yang dijalankan oleh ibu Christy Liviany ini telah memiliki tempat operasional yang layak di Nakemano Hangout Place Palembang Indah Mall. Varian minuman yang ditawarkan sangat beragam dan unik yaitu kopi arabica, *thai tea*, cokelat, dan gula aren, dimana memiliki kurang lebih sebanyak 14 menu minuman yang tersedia dalam dua ukuran gelas yaitu *small* dan *medium*. Kegiatan operasional *C2OY* dibuka setiap hari dari mulai pukul 10.00 sampai dengan 21.00 WIB, namun saat akhir pekan maka *C2OY* tutup pukul 21.30 WIB.

C2OY perdana dibuka pada tanggal 12 April 2019 di Nakemano Hangout Place Palembang Indah Mall. Usaha ini telah menarik animo atau minat masyarakat yang cukup banyak. Hal ini ditunjang dengan produk yang inovatif dan proses pembuatan yang berbeda dari para pesaing. *C2OY* menggunakan mesin espresso dalam menyeduh daun teh Thailand dan kopi, selain itu menggunakan metode *fresh brewing* atau selalu menggunakan ekstrak daun teh dan kopi yang baru untuk diseduh dalam setiap gelasnya. Apabila terlalu lama diseduh maka dapat mengeluarkan zat-zat yang kurang baik. Menurut pakar teh Ratna Somantri

Teh seharusnya dilakukan penyeduhannya 2-3 menit persajian (Hestianingsih, 2014).



Sumber : Penulis, 2019

Gambar 3.1 Produk C2OY

Produk yang inovatif dan proses pembuatan yang berbeda menjadi keunggulan tersendiri dari C2OY. Selain itu, C2OY juga menawarkan harga yang cukup ramah sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan. Produk yang ditawarkan mulai dari harga Rp 7.500,- sampai dengan Rp 23.000,- serta akan tersedia promo paket minuman yang menarik dan hemat. Khusus untuk varian gula aren atau “aren series” dapat menambah topping cincau dengan harga Rp 1.500,- untuk ukuran *small* dan Rp 3.000,- untuk ukuran *medium*.

Tabel 3.1 Harga Produk C2OY

No.	Produk	Ukuran	Harga/pcs (Rp)
1.	Thai Tea Frappe / Ori	Medium	16.000
2.	Thai Tea Latte	Medium	19.000
3.	Thai Green Tea Frappe / Ori	Medium	19.000
4.	Thai Green Tea Latte	Medium	22.000
5.	Cookies n' Cream	Small	16.000
		Medium	22.000
6.	Dark Chocolate Milky	Small	12.000
		Medium	15.000
7.	Milo Frappe	Small	12.000
		Medium	15.000

8.	Milo Cincau	Small	13.000
		Medium	16.500
9.	Mochacino Ice Cream	Medium	16.000
10.	Ice Black Coffee	Small	7.500
		Medium	11.000
11.	Es Susu	Small	12.000
		Medium	17.500
12.	Es Susu Aren	Small	15.000
		Medium	20.000
13.	Es Kopi Susu	Small	16.000
		Medium	21.000
14.	Es Kopi Susu Aren	Small	18.000
		Medium	23.000

Sumber : Wawancara Pemilik, 2019

Perkembangan usaha ini menunjukkan peningkatannya dengan semakin banyak pengunjung yang datang dan kembali membeli produk *C2OY* dengan memberikan *feedback* yang baik. Apalagi hal ini semakin dirasa setelah usaha ini terdaftar di aplikasi *Go-Food* dan *Grab-Food*. Semakin banyak permintaan dan penjualan maka menunjukkan kecintaan dan minat dari masyarakat terhadap produk *C2OY*. Hal ini menunjukkan *C2OY* memiliki prospek yang baik untuk dijadikan usaha waralaba.




Sumber : Penulis, 2019







Gambar 3.2 Kemasan *Takeaway*





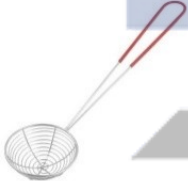


Kemasan yang rapi dan *eye catching* akan memberikan nilai tambah dan menarik konsumen. Waralaba *C2OY* ini memberi tambahan berupa kemasan untuk *take away* dan kantong plastik berlogo dengan menyediakan *cup tray* untuk pemesanan minimal 4 gelas agar produk minuman terjaga sampai ditangan konsumen.








C2OY menawarkan 2 jenis paket waralaba yaitu paket *booth nongki* dan paket *booth jajan* yaitu menyediakan sebuah *booth*, set peralatan, dan bahan baku untuk 1 bulan beserta buku panduan pembuatan minuman *C2OY*, serta kemasan berlogo *C2OY* untuk pelanggan yang memesan dan membawa pulang pesanannya (*take away*).

Tabel 3.2 Paket *Booth Nongki C2OY*

No.	Keterangan	Jumlah	Biaya (Rp)
1.	Booth 3×4 M 	1	10.000.000
2.	1 Set Peralatan		

	<p><i>Freezer 200 Liter</i></p> 	1	2.000.000
	<p>Blender</p> 	1	1.500.000
	<p>Mesin Espresso</p> 	1	2.800.000
	<p>Mesin Cup Sealer</p> 	1	800.000
No.	Keterangan	Jumlah	Biaya (Rp)
	<p>Toples Kecil</p> 	6	150.000
	<p>Toples Besar</p> 	2	80.000
	Botol Plastik	3	30.000



			
	Gelas Takar Kecil 	4	80.000
	Wadah Kotak <i>Stainless</i> 	1	35.000
	Sendok Takaran 	7	42.000
	Sendok Saringan 	1	10.000
No.	Keterangan	Jumlah	Biaya (Rp)
	Cangkir <i>Stainless</i> 	4	60.000
	Gelas Kecil 	2	30.000
	Sendok Teh Panjang	3	15.000

			
	<i>Scoop Ice Cream</i> 	1	25.000
	<i>Botol Shaker</i> 	1	45.000
	<i>Scoop Es Batu</i> 	1	35.000
	<i>Box Es</i> 	1	180.000
	<i>Kursi Plastik</i> 	2	80.000
3.	<i>Seragam</i> 	2 Buah	300.000









4.	Buku Panduan Pembuatan Minuman	1 Buah	150.000
5.	Bahan Baku	1 Bulan	4.719.550

Sumber : Penulis, 2019

Tabel 3.3 Paket Booth Jajan C2OY

No.	Keterangan	Jumlah	Biaya (Rp)
1.	Booth 2×1 M 	1	3.500.000
2.	1 Set Peralatan Box Es 50 Liter 	1	500.000
	Blender 	1	600.000
No.	Keterangan	Jumlah	Biaya (Rp)
	Mesin Espresso 	1	700.000
	Mesin Cup Sealer	1	800.000

			
	Toples Kecil 	6	150.000
	Toples Besar 	2	80.000
	Botol Plastik 	3	30.000
	Gelas Takar Kecil 	4	80.000
	Wadah Kotak <i>Stainless</i> 	1	35.000
No.	Keterangan	Jumlah	Biaya (Rp)
	Sendok Takaran 	7	42.000
	Sendok Saringan	1	10.000

			
	Cangkir <i>Stainless</i> 	4	60.000
	Gelas Kecil 	2	30.000
	Sendok Teh Panjang 	3	15.000
	<i>Scoop Ice Cream</i> 	1	25.000
	Botol <i>Shaker</i> 	1	45.000
	<i>Scoop Es Batu</i> 	1	35.000
No.	Keterangan	Jumlah	Biaya (Rp)
	<i>Box Es</i> 	1	180.000
	Kursi Plastik	2	80.000

			
3.	Seragam 	2 Buah	300.000
4.	Buku Panduan Pembuatan Minuman	1 Buah	150.000
5.	Bahan Baku	1 Bulan	3.861.450

Sumber : Penulis, 2019

Pada tabel 3.2 dan 3.3 menunjukkan apa saja yang akan diterima oleh para *franchisee* saat berinvestasi atau membeli paket waralaba *booth nongki* dan *jajan*. Berdasarkan hal tersebut, maka harga dari setiap paket waralaba akan di jelaskan lebih lanjut di bab selanjutnya.

Langkah awal yang harus ditempuh untuk menjadi *franchisor* dan *franchisee* dari C2OY maka harus memenuhi beberapa prosedur dan persyaratan yang telah diatur dalam peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 yang berisi pemberi waralaba dan penerima waralaba wajib memberikan STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba). Cara untuk mendapatkan STPW bagi penerima dan pemberi waralaba yaitu dengan mendaftarkan prospektus penawaran waralaba ke Direktorat Bina Usaha Perdagangan atau Kantor Unit Pelayanan Perdagangan.

Prosedur pemberi waralaba dalam mendaftarkan waralabanya yaitu dengan:

1. Melakukan pengajuan prospektus penawaran dari pihak pemberi waralaba kepada Menteri Perdagangan dengan melampirkan :
 - Fotokopi Prospektus Penawaran
 - Fotokopi Legalitas Penawaran
2. Pendaftaran perjanjian waralaba oleh penerima waralaba kepada Menteri Perdagangan dengan melampirkan :
 - Fotokopi Legalitas Usaha
 - Fotokopi Perjanjian Waralaba
 - Fotokopi Prospektus Penawaran Waralaba
 - Fotokopi KTP pemilik/ pengurus perusahaan
3. Penerbitan surat tanda pendaftaran waralaba oleh Menteri Perdagangan yang berlaku untuk jangka waktu 5 tahun.
4. Prospektus penawaran yang diajukan oleh pemberi waralaba memuat:
 - Data Identitas Pemberi Waralaba
 - Legalitas Usaha Pemberi Waralaba
 - Sejarah Kegiatan Usaha
 - Struktur Organisasi Pemberi Waralaba
 - Laporan Keuangan 2 tahun Terakhir
 - Jumlah tempat usaha/ daftar penerima waralaba
5. Hak serta kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba.

Tabel 3.4 Hak serta Kewajiban Pemberi dan Penerima Waralaba

Pemberi Waralaba (<i>Franchisor</i>)	
Hak	Kewajiban
Hak menerima pembayaran <i>Franchise Fee</i> dan pembayaran	Menjamin penggunaan merek dan sistem usaha <i>C2OY</i> kepada

bahan baku.	<i>franchisee</i> selama masa perjanjian waralaba.
Hak untuk menerima atau menolak usul dan saran dari <i>franchisee</i> dalam menjalankan operasional usaha <i>C2OY</i> .	Wajib melakukan pelatihan kepada penerima waralaba.
Berhak untuk menentukan harga beli bahan baku dan harga jual yang standar.	Kewajiban untuk memasok bahan baku dan dukungan operasional sesuai dengan perjanjian.
Hak untuk memeriksa operasional usaha dan keuangan atas usaha yang dilakukan <i>franchisee</i> .	
Hak untuk menentukan dan merubah standarisasi prosedur operasional usaha.	
Hak untuk memutuskan perpanjangan kerjasama waralaba.	
<i>Penerima Waralaba (Franchisee)</i>	
Hak	Kewajiban
Hak menggunakan merek dan sistem usaha <i>C2OY</i> .	Wajib menjaga dan merawat brand dan sistem usaha <i>C2OY</i> selama masa perjanjian.
Hak mendapatkan pelatihan usaha <i>C2OY</i> .	Wajib menjaga kerahasiaan sistem usaha, termasuk panduan operasional, jenis dan sumber bahan baku dari <i>franchisor</i> .
Hak untuk mendapatkan dukungan <i>C2OY</i> .	Wajib mentaati prosedur operasional dan tata tertib usaha <i>C2OY</i> .

Sumber : Penulis, 2019

Syarat untuk menjadi *franchisee* dari *C2OY* sebagai berikut :

- Bersedia menjalin kontrak selama 5 tahun.
- Telah mendaftarkan STPW.
- Memiliki modal yang cukup.
- Mempunyai minat bisnis yang tinggi.
- Menyiapkan calon tenaga kerja.
- Menyediakan lokasi yang disetujui *franchisor*.

Untuk menjadi *franchisee* dari *C2OY* maka tahap awalnya yaitu :

1. Calon penerima waralaba dan pemilik waralaba harus menandatangani perjanjian terlebih dahulu. Perjanjian tersebut berisi syarat dimana *franchisee* tidak boleh memproduksi dan menjual produk yang bukan dari menu *C2OY*. Selama menjadi *franchisee* waralaba *C2OY*, *franchisee* harus menaati isi perjanjian kontrak yang sebagaimana telah dibuat.
2. Kriteria calon *franchisee* yang akan menjadi mitra bisnis minimal berumur 15 sampai 64 tahun.
3. *Franchisee* wajib membayar *franchise fee* sebesar Rp. 60.000.000 per 5 tahun untuk paket *booth nongki* dan Rp. 45.000.000 per 5 tahun untuk paket *booth jajan*.
4. *Franchisee* wajib membeli perlengkapan dan bahan baku pada *franchisor* dengan dikenakan penambahan 25% dari total pembelian.
5. *Franchisee* mendapat materi dasar pelayanan konsumen dan proses pembuatan.
6. *C2OY* tidak mengenakan *royalty fee* kepada mitranya. Jika *franchisee* melanggar aturan akan diberikan sanksi berupa pemutusan kontrak kerja sama dan denda sebesar Rp 20.000.000,-.

Standard Operating Procedure (SOP) pun perlu diperhatikan oleh *franchisee* dalam melaksanakan kegiatan operasional *C2OY*. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas produk dan citra (*image*) *brand C2OY*. Komponen prosedur yang perlu diterapkan oleh para *franchisee* adalah prosedur kerja, penyimpanan peralatan, penyimpanan bahan baku, sampai dengan pengolahan produk, dimana prosedur tersebut telah disampaikan pada lembar SOP *C2OY*.

STIE
MIDP

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence 2014, *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*, Salemba Empat, Jakarta.
- Adam, Muhammad 2015, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Ali, W.S. 2014, Studi Kelayakan dan Business Plan Ali Bakri Cake & Drinks, *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM*, Diakses 25 Juli 2019, dari repository.unikom.ac.id
- Alma, Buchari 2014, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Anonim 2019, *Ini Dia 10 Rekomendasi Minuman Thai Tea yang Menyegarkan dan Enak*, Diakses 15 Juli 2019, dari www.bp-guide.id
- Assauri, Sofjan 2016, *Manajemen Operasi Produksi (Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan)* Edisi 3, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kota Palembang, 2019, *Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Palembang Pada Pertengahan Tahun 2014-2018*, Diakses 1 Februari 2020, dari www.bps.go.id
- Cahaya, K.D (2018, 15 Februari), *5 Manfaat Cokelat Bagi Kesehatan*, Diakses 20 Juli 2019, dari www.lifestyle.kompas.com
- Dewi, L.A.P., dkk 2015, Analisis Positioning Franchise Bubble Drink Berdasarkan Persepsi Konsumen di Kota Bandung, *E-Proceeding of Management Vol.2 No.3 Desember 2015*, Diakses 16 Juli 2019, dari telkomuniversity.ac.id
- Ginting, N.F. 2015, *Manajemen Pemasaran*, Yrama Widya, Bandung.
- Gunawan, Erik 2015, *Pentingnya Tata Letak Fasilitas Terhadap Manajemen Produksi*, Diakses 19 November 2019, dari www.academia.edu
- Harahap, Sofyan Syafri 2015, *Analisa Kritis atas Laporan Keuangan*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Hestianingsih (2014, 17 April), *Ini Kebiasaan Salah Saat Menyeduh yang Buat Teh Jadi Tidak Sehat*, Diakses 11 Oktober 2019, dari www.detik.com

- Kasmir dan Jakfar, 2015, *Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi)*, Kencana Prenada Media, Jakarta.
- Khusaini, M 2013, *Ekonomi Mikro : Dasar-dasar Teori*, UB Press, Malang.
- Lupiyohadi, Rambat 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*, Salemba Rakyat, Jakarta Selatan.
- Manap, A 2016, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Nurkhotimah, Siti 2014, Analisis Studi Kelayakan Investasi Waralaba (Franchise) (Studi Kasus: Rumah Makan Joglo Kampong Doeloe, Semarang), *Jurnal Manajemen Vol.01 No.02*, Diakses 21 Juli 2019, dari eprints.dinus.ac.id
- Purwana E.S., Dedi dan Nurdin H 2016, *Studi Kelayakan Bisnis*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Rusli, Tami 2015, *Analisis Terhadap Perjanjian Waralaba (Franchise) Usaha Toko Alfa Mart*, Jurnal Vol.6 No.1 Diakses 17 Juli 2019, dari jurnal.ubl.ac.id
- Siahaan, Y.F. 2017, Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Waralaba Outlet Minuman Kopi di Indonesia, *JITEKH Vol.6 No.2*, Diakses 20 Juli 2019, dari ejournal.stth-medan.ac.id
- Siregar, Rusman (2018, 17 Maret), *Asal Mula Masuknya Kopi di Indonesia*, Diakses 4 September 2019, dari www.daerah.sindonews.com
- Sukirno, S 2015, *Pengantar Bisnis Edisi I*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suniata, Anastasya 2019, *Mammee Bakery (Perencanaan Pengembangan Usaha Waralaba Mammee Bakery)*, Business Plan, STIE MDP, Diakses 18 November 2019, dari www.eprints.mdp.ac.id
- Tipduangta, Pratchaya, dkk 2019, Antioxidant Properties of thai Traditional Herbal Teas, *Journal Beverage Vol.5 No.44*, Diakses 20 Juli 2019, dari www.mdpi.com
- Wahyuni, Nurseffi Dwi (2017, 24 Oktober), *Seberapa Penting Lakukan Inovasi dalam Bisnis?*, Diakses 16 Juli 2019, dari www.liputan6.com
- Weinberg, B.A. dan Bealer, B.K. 2014, *The Miracle of Caffeine: Manfaat Tak Terduga Kafein Berdasarkan Penelitian Paling Mukhtahir*, Qanita, Bandung, dari books.google.co.id

Yuliandri, Mustika Treisna (2016, 30 Juni), *Yuanyang: Kopi dan Teh dalam Satu Tegukan*, Diakses 19 Juli 2019, dari majalah.ottencoffee.co.id

