

BAB III

PLANNING

3.1 Gambaran Umum Perusahaan

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Ocha Mentai merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang *food and beverages*. Berdiri sejak 1 September 2019, dengan pendirinya yang bernama Sri Yossa Angraety. Pada awal berdirinya, Ocha Mentai melakukan penjualan dengan sistem *pre order* untuk *customer* yang ingin melakukan pemesanan terhadap produk yang dijual oleh Ocha Mentai dengan berbagai macam pilihan menu yang disediakan dengan pilihan bahan utama yaitu menggunakan *rice* (nasi) atau shirataki, dan pilihan topping seperti salmon, ayam, dan *sliced beef* serta lapisan terakhir akan disajikan dengan saus mentai yang menjadi ciri khas dari Ocha Mentai. Adapun tujuan yang dimiliki dalam membangun bisnis tersebut, tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan secara *financial* saja, tetapi Ocha Mentai ingin membuka lowongan pekerjaan dengan memberikan kesempatan bagi mereka yang hampir tidak memiliki pengalaman pekerjaan dengan usia diatas 17 tahun, sehingga sering kali tidak mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan sebagai pengalaman mereka.

Ocha Mentai juga memberikan *social impact* dengan memberi 10% dari hasil keuntungan penjualan Ocha Mentai untuk dibagikan kepada orang – orang yang membutuhkan, dengan berupa sembako atau makanan. Dan Ocha Mentai ingin mengembangkan potensi anak muda agar meningkatkan kemampuan yang dimiliki diri mereka, sehingga dapat memiliki cukup pengalaman untuk diri mereka sendiri. Dalam proses bisnis yang dijalankan, Ocha Mentai berhasil untuk mengembangkan sistem penjualannya dengan melakukan kerjasama dengan mitra toko seperti *coffee shop*, menjangkau pasar yang lebih luas dan menyediakan toko secara *offline* sehingga memudahkan para *customer* untuk dapat mengunjungi toko Ocha Mentai secara langsung dan dapat dilakukannya pemesanan melalui *platform* yang disediakan seperti gofood dan shopee.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi yang dimiliki oleh Ocha Mentai dalam menjalankan bisnis tersebut, yaitu menciptakan makanan yang mengandung banyak nutrisi dengan kualitas terbaik, autentik, dan harga yang bersahabat.

Sehingga terciptanya misi dalam mendukung upaya visi tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan pelayanan terbaik dengan menyediakan kualitas makanan yang terjaga kebersihannya dan *fresh* untuk menghasilkan kepuasan *customer*.
2. Memberikan pelayanan yang professional dengan di dukung oleh sumber daya yang berkualitas.
3. Menjalin kerjasama dan hubungan yang baik dengan mitra usaha, pegawai, dan *customer*.

3.1.3 Core Value Perusahaan

Ocha Mentai memiliki *core value* dalam menjalankan aktivitas bisnis, yaitu dengan penjelasan sebagai berikut

1. Innovation

Dapat menciptakan suatu produk yang baru dan berkembang dalam memenuhi kebutuhan pasar, dengan melakukan Analisa terhadap kebutuhan pasar saat ini dan di masa depan.

2. Quality first

Mengutamakan standar kualitas produk yang dihasilkan dengan dilakukan secara konsisten dan memiliki komitmen dalam menghasilkan produk tersebut.

3. Team work

Melakukan pekerjaan secara bersama dan bekerjasama dengan baik terhadap setiap anggota tim dalam mencapai tujuan yang diinginkan dengan saling menghargai setiap perbedaan yang ada dalam perusahaan.

4. Add value

Memberikan nilai tambah terhadap produk bagi setiap customer, mitra kerja sama dan lingkungan masyarakat sekitar untuk dapat memberikan manfaat yang baik.

5. *Communication*

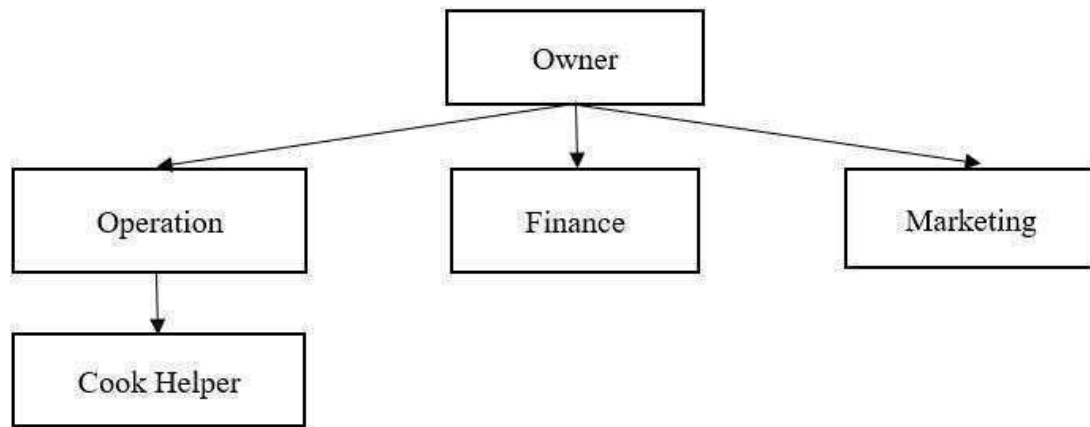
Melakukan dan menciptakan interaksi dengan melalui komunikasi yang baik terhadap customer dan setiap anggota tim agar dapat menghasilkan kerjasama yang baik dan meminimalisir adanya miskomunikasi.

3.1.4 Prestasi Yang Didapatkan

1. KBMI - 2020, mendapatkan bantuan dana hibah dalam melakukan pengembangan bisnis.

3.1.5 Struktur Perusahaan

Terdapat struktur perusahaan yang dimiliki dalam Ocha Mentai, yaitu:



Sumber: Ocha Mentai, 2020

Gambar 3.1 Struktur Perusahaan

Berdasarkan pada Gambar 3.1 merupakan struktur perusahaan yang terdapat pada Ocha Mentai, dengan memiliki jumlah tim sebanyak tiga orang yaitu divisi *operation*, *financial*, and *marketing* dengan tugas dan tanggung jawab yang dimiliki masing – masing divisi yang dijalankan, dan satu orang karyawan yang membantu dalam proses penjualan produk ocha mentai, yang berhubungan langsung dan melayani setiap *customer*.

3.2 Desain Tugas Akhir

Menurut Courtney (2013), pengambilan keputusan dalam menjalankan bisnis akan berpengaruh pada pengambilan resiko bagi pengusaha. Dalam hal ini informasi sangat penting digunakan dalam membuat keputusan pada keadaan yang tidak pasti bagi pengusaha. Terdapat elemen dasar untuk mengurangi resiko saat mengambil keputusan mengenai operasi dan manajemen bisnis, yaitu sebagai berikut:

1. Pengalaman bisnis sebelumnya terkait dengan usaha baru yang akan dijalankan karena pengalaman yang dimiliki akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan di masa yang akan datang dan pengusaha akan lebih mengetahui hal apa saja yang akan mereka butuhkan.
2. Berpikir analitis, penalaran logis dan intuisi kewirausahaan Akses ke sumber informasi yang terpercaya.

Sumber informasi yang dihasilkan dan didapatkan oleh pengusaha akan membantu dalam mengidentifikasi alternatif tindakan untuk mengatasi masalah. Sumber informasi harus relevan, akurat, dapat dipercaya serta hemat biaya (*Chartered Management Institute*, 2013). Informasi dapat dikumpulkan melalui dua metode, yaitu sebagai berikut:

1. Informasi primer

Dikumpulkan secara langsung dengan melakukan pengamatan. Dengan melakukan survei, wawancara, atau observasi customer atau calon customer. Kegiatan ini dapat dilakukan oleh pengusaha langsung atau oleh agen pemasaran.

2. Informasi sekunder

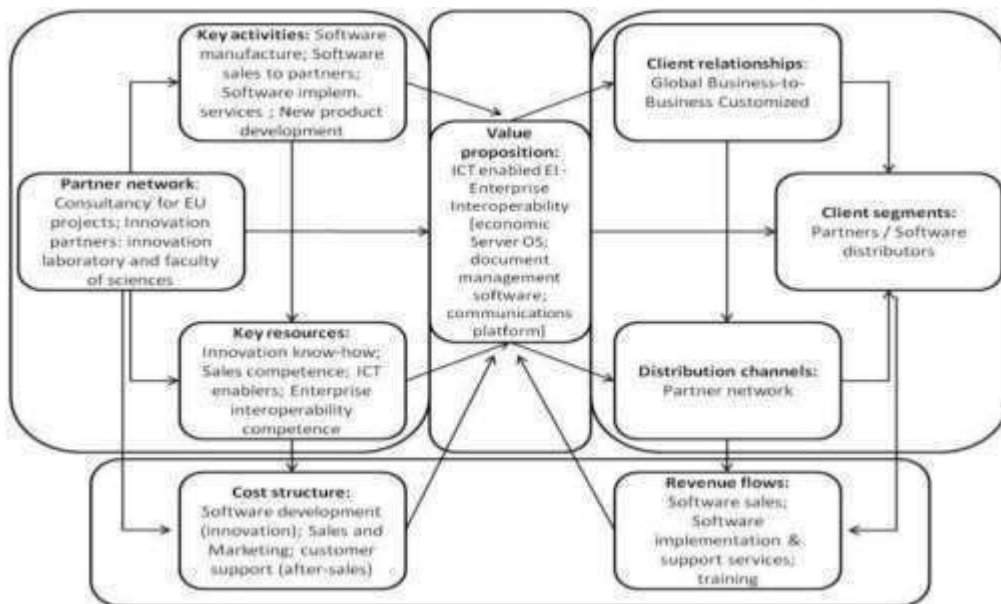
Dikumpulkan dengan cara mengumpulkan informasi oleh pihak ketiga untuk tujuan mereka sendiri. Dengan melakukan penelitian pustaka, yang terdiri dari pengumpulan berita, artikel ilmiah, database pemerintah dan statistik, digunakan untuk identifikasi solusi masalah yang terjadi.

Dalam penjelasan tersebut, Ocha Mentai mengambil keputusan yang digunakan untuk melakukan pengembangan bisnis di masa depan dan melakukan evaluasi terhadap kinerja yang sudah dilakukan saat ini. Dengan berdasarkan pada

pengalaman bisnis sebelumnya dan melakukan rencana terhadap analisis secara kerjasama tim serta melakukan pengumpulan informasi secara langsung dengan metode informasi primer, maka dalam melakukan perkembangan bisnis Ocha Mentai melakukan perencanaan dan implementasi pada aspek – aspek sebagai berikut:

3.3 Business Model Canvas

Business model canvas merupakan sebuah *tools* atau alat yang dibuat untuk menerapkan konsep, strategi perusahaan dalam bentuk elemen visual untuk dapat digunakan dalam strategi manajemen. Sehingga setiap sumber daya manusia yang bersangkutan akan memiliki pemahaman dan pandangan yang sama terhadap cara kerja perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif (Fritscher & Pigneur, 2010).



Sumber: Fritscher & Pigneur, 2010

Gambar 3.2 Business Modal Canvas

Berdasarkan pada Gambar 3.2 yang merupakan *business model canvas* (BMC), di dalamnya terdapat *nine building blocks* yang digunakan dalam membuat strategi perencanaan pengembangan proses bisnis Ocha Mentai, yaitu sebagai berikut:

1. *Value propositions*

a. Memberikan penambahan menu produk

Merupakan produk *newness* yang sebelumnya belum pernah disajikan di dalam menu. Penambahan menu akan disesuaikan dengan *customization* sesuai dengan kebutuhan *customer*. Dengan memberikan menambah kualitas produk yang di sajikan dan tetap menghasilkan suatu hal yang inovasi terkait produk tersebut. Ocha Mentai akan melakukan penambahan menu yaitu menggunakan pasta, taco, sushi dan lainnya sebagai bahan baku utama dalam mengkombinasikan ciri khas saus mentai yang dimiliki dan menambahkan produk minuman dengan ciri khas yang akan dihasilkan dari produk Ocha Mentai.

b. Memberikan *test food* menu baru kepada *customer*

Hal tersebut digunakan untuk meningkatkan *performance* dari produk yang dihasilkan oleh Ocha Mentai, dengan melihat *feedback* atau respon *customer* yang telah mendapatkan *tester* produk baru kami, sehingga Ocha Mentai akan mengetahui produk yang dihasilkan dapat diterima dan disukai oleh customer atau perlu dilakukan inovasi terhadap produk tersebut.

c. Memberikan konsep toko *offline* yang menarik

Ocha Mentai akan membuat *design* toko *offline* yang lebih besar dan menarik untuk *customer* sehingga mereka akan merasa *comfortable* pada saat mengunjungi toko kami secara langsung. Dengan memberikan konsep toko *offline* bernuansa Jepang dan menjadi tempat yang *instagramable*, yang akan lebih banyak menarik dan meningkatkan *awarness customer* terhadap layanan yang Ocha Mentai berikan.

2. *Customer segments*

a. Anak – anak

Ocha mentai akan menambahkan *segmented market* untuk membuat porsi menu anak – anak atau produk (*kids meal*) yang akan membedakan kebutuhan dan masalah yang berbeda, Ocha Mentai akan berfokus kepada *design* yang menarik dan porsi yang lebih proporsional untuk *customer* anak – anak yang berusia empat sampai sembilan tahun.

3. *Customer relationship*

a. Membuat member Ocha Mentai

Ocha Mentai akan membuat kartu member bagi *customer* yang akan di dapatkan setelah pembelian selesai dengan minimum pembelian. Dimana *customer* dapat mengumpulkan *points* atau stempel setelah pembelian produk Ocha Mentai, *points* atau stempel tersebut dapat digunakan untuk penukaran produk atau potongan harga sesuai dengan peraturan yang berlaku.

4. *Channels*

a. Pengoptimalan penggunaan *website*

Untuk terus meningkatkan komunikasi dengan *customer*, Ocha Mentai akan terus mengoptimalkan penggunaan *website* sehingga dapat memberikan proposisi nilai perusahaan dalam meningkatkan layanan yang akan kepada *customer*. Pengoptimalan *website* juga akan membuat perusahaan menjadi lebih aktif dalam melayani *customer* untuk membeli produk Ocha Mentai di berbagai *platform* yang tersedia dan juga sebagai tempat untuk memberikan kritik dan saran terhadap produk Ocha Mentai yang dapat digunakan untuk meningkatkan pelayanan yang disediakan.

5. *Key resources*

a. Penambahan karyawan

Human merupakan sumber daya yang paling penting dalam sebuah perusahaan, Ocha Mentai akan melakukan penambahan karyawan sesuai

dengan kebutuhan yang akan dibagi menjadi beberapa divisi di dalamnya untuk menjalankan kegiatan bisnis. Tujuan dilakukannya penambahan adalah untuk membagi karyawan ke dalam beberapa tugas sesuai dengan kemampuan setiap individu sehingga pekerjaan yang dilakukan menjadi lebih terstruktur, jelas dan dapat meminimalisir terjadinya kesalahan.

b. Mempunyai tempat toko *offline* sendiri

Ocha Mentai berencana untuk mempunyai toko *offline*-nya sendiri untuk menjual produk *independent* yang dihasilkan, hal tersebut merupakan kategori *physics* pada *key resource*. Tujuan untuk mempunyai toko *offline* adalah agar dapat menjadi tempat yang berpotensi dalam melakukan strategi promosi untuk menarik perhatian *customer*. Dalam kegiatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan *customer* jika membeli produk Ocha Mentai secara langsung, sehingga penjualan menjadi terapan sesuai dengan target.

c. Hak paten merek Ocha Mentai

Merek dari Ocha Mentai akan dihak patenkan sehingga merek tersebut dapat dilindungi secara hukum.

6. *Key activity*

a. Mengadakan *event* atau pameran

Dalam melakukan kegiatan bisnis, Ocha Mentai akan mengadakan *event* atau pameran yang bertujuan untuk kegiatan promosi produk Ocha Mentai. Kegiatan *event* tersebut juga diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan *customer* terhadap nilai yang dihasilkan dari produk yang dimiliki Ocha Mentai.

7. *Key partnership*

a. *Supermarket*

Untuk menjangkau pasar yang lebih luas, Ocha Mentai ingin membangun kerjasama dengan menjadi *supplier supermarket* dalam menyediakan dan membantu menjual produk Ocha Mentai. Dengan tetap menjaga kualitas

yang dimiliki dan memastikan produk tersebut sudah memiliki persyaratan sesuai dengan kebutuhan BPOM Indonesia.

8. *Cost structure*

a. Biaya Tambahan Karyawan

Dalam kegiatan bisnisnya, Ocha Mentai akan memerlukan biaya tambahan dalam melakukan penambahan sumber daya manusia yang dibutuhkan.

b. Biaya Memiliki Toko *Offline*

Untuk meningkatkan kenyamanan *customer*, Ocha Mentai kedepannya akan memiliki toko *offline* dan perlu untuk merencanakan berapa biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan toko *offline* tersebut.

c. Biaya Pengadaan *Event* Untuk Promosi

Untuk meningkatkan *awareness customer* terhadap produk Ocha Mentai, maka perlu dilakukannya kegiatan *event* untuk promosi. Ocha Mentai perlu membuat strategi perencanaan terkait biaya yang harus dikeluarkan pada kegiatan *event* tersebut dapat dilaksanakan sesuai rencana yang sudah ditetapkan.

9. *Revenue stream*

a. Keuntungan penjualan produk baru

Ocha Mentai akan mendapatkan penambahan keuntungan dari penjualan menu baru yang akan diberikan dan juga dari penambahan *customer segment*.

b. Keuntungan dari pengadaan *event*

Dengan dilakukannya pengadaan *event* atau pameran dalam mempromosikan produk Ocha Mentai dapat meningkatkan pendapatan dari dilakukannya *advertising* yang akan berdampak pada jangka Panjang.

3.4 Financial Planning

Menurut Alexander (2018), *financial planning* merupakan perencanaan yang digunakan untuk membuat laporan keuangan dalam menjalankan aktivitas bisnis, yang

dapat digunakan untuk memantau kinerja bisnis dengan menggunakan laporan keuangan yang sedang berjalan. Laporan keuangan tersebut disiapkan setelah periode bisnis, dengan membuat laporan secara bulanan, triwulan dan tahunan.

Dalam mengelola perencanaan keuangan, Ocha Mentai memiliki perencanaan untuk melakukan evaluasi kinerja keuangan dalam menghasilkan keuangan yang optimal di masa depan. Adapun *financial planning* untuk dilakukan di masa yang akan datang, yaitu sebagai berikut:

1. Memaksimalkan Penggunaan Keuangan Perusahaan

Menurut Devas (2010) pengelolaan keuangan berarti mengurus dan mengatur keuangan dengan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan seperti adanya tanggung jawab (*accountability*), mampu memenuhi kewajiban keuangan, kejujuran, hasil guna (*effectiveness*) dan daya guna (*efficiency*), serta pengendalian. *Financial management* pada Ocha Mentai memiliki peran dalam mengawasi penggunaan sumber daya keuangan yang dijadikan sebagai anggaran perusahaan, dengan membuat *working capital management* dan cara meminimalisir penggunaan pengeluaran kebutuhan sumber daya, bahan baku sehari – hari dan membuat anggaran atau menggunakan *the traditional budget* pada saat sebelum dan sesudah melakukan aktivitas secara jelas dan struktur agar mencapai tujuan secara efisien.

2. Memaksimalkan Keuntungan Yang Didapatkan

Dalam melakukan pencatatan laporan keuangan, Ocha Mentai melakukan dengan periode selama triwulan, dimana setiap periode Ocha Mentai memiliki peningkatan target penjualan sebesar 15%. Hal tersebut digunakan dalam meningkatkan keuntungan yang akan didapatkan.

Target Penjualan

| Rata – Rata Harga Satuan | Penjualan | Kuantitas Penjualan | Target Penjualan Naik 15% |
|-----------------------------|-------------------------------|------------------------|------------------------------|
| 37.200 | Menu utama | 759 | 873 |
| 27.500 | Menu Tambahan | 155 | 178 |
| 7.500 | Topping | 175 | 201 |
| | Total Penjualan | 1.089 | 1252 |
| | Total Pendapatan | 33.457.000 | 38.878.100 |
| | Bahan Baku 46% | 15.390.200 | 17.883.900 |
| | Biaya sewa & karyawan | 9.000.000 | 9.000.000 |
| | Perlengkapan dan Peralatan | 7.941.700 | - |
| | Total Keuntungan | 1.125.100 | 11.994.200 |

Sumber : Ocha Mentai, 2020

Gambar 3.3 Target Penjualan Produk Ocha Mentai

Pada Gambar 3.3 merupakan target penjualan produk Ocha Mentai pada triwulan atau selama 3 bulan selanjutnya. Terdapat estimasi perencanaan kenaikan target penjualan sebesar 15% dari penjualan produk Ocha Mentai pada bulan Oktober 2020 sampai dengan Desember 2020. Dengan *range* harga yang Ocha Mentai sebesar Rp 7.500 sama dengan Rp 37.200 yang diharapkan target tersebut dapat tercapai sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan.

3.5 People Planning

Menurut Mondy & Noe (2013), *people planning* merupakan proses perencanaan sumber daya manusia secara sistematis dengan mengkaji keadaan untuk memastikan bahwa jumlah dan kualitas sumber daya manusia dapat sesuai dengan kebutuhan dan kriteria yang dibutuhkan oleh perusahaan. Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan, Ocha Mentai memiliki perencanaan terkait sumber daya manusia agar dapat menghasilkan sumber daya yang berkualitas dalam melayani *customer*, yaitu sebagai

berikut:

1. Melakukan proses *selection* yang sesuai dengan kebutuhan

- a. *The application*

Berdasarkan Gusdorf (2016), di dalam proses *selection* terdapat *the application* yang merupakan kegiatan terkait kebutuhan pada calon karyawan untuk melengkapi formulir aplikasi yang diberikan oleh perusahaan. Ocha Mentai akan memberikan formulir aplikasi yang didalamnya berisi informasi *detail* mengenai kebutuhan dan informasi perusahaan. Hal tersebut akan berguna bagi kedua belah pihak karena perusahaan akan mendapatkan informasi identitas karyawan secara jelas dan calon karyawan akan mendapatkan informasi mengenai lowongan yang dibutuhkan, sehingga Ocha Mentai dapat menerapkan program *paperless* dan juga memudahkan calon karyawan dalam mendaftar diri.

- b. *Background verification and reference check*

Ocha Mentai akan melakukan verifikasi informasi dari data dan formulir yang telah diberikan oleh calon karyawan tersebut untuk melakukan pemeriksaan latar belakang calon karyawan, sehingga perusahaan akan mendapatkan informasi karyawan secara akurat dan *real*.

2. Proses *training* yang diterapkan

- a. *Electronic Performance Support Systems (EPSS)*

Menurut Dessler (2017), di dalam metode *training* terdapat *electronic performance support systems (EPSS)* yang merupakan alat dan tampilan terkomputerisasi yang dapat mengotomatisasi kegiatan *training*, dokumentasi, dan dukungan melalui telepon. Ocha Mentai akan menyediakan sistem dalam mengembangkan kegiatan *training* tersebut, yang dapat digunakan untuk melatih karyawan dalam melayani *customer*, dan sistem kerja yang dibutuhkan. Sehingga akan membuat karyawan Ocha Mentai dapat mengerti penggunaan fitur *digital* dalam melayani *customer*. Hal tersebut dapat berguna dalam menghasilkan *training* yang lebih efisien.

b. *Team training*

Training tersebut bertujuan agar setiap anggota dan karyawan Ocha Mentai dapat melakukan diskusi secara langsung untuk mendengarkan kritik dan saran satu sama lain, yang dapat digunakan untuk evaluasi kinerja seluruh anggota tim dalam menjalankan tugas masing – masing sehingga dapat melakukan perbaikan dalam mengembangkan bisnis yang sedang dijalankan.

3. Pembagian Karyawan Per Divisi

Ocha Mentai akan melakukan penambahan karyawan untuk dapat dibagi ke dalam beberapa tugas sesuai dengan kemampuan dan keahlian setiap individu. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir waktu yang diperlukan dalam menangani *customer* dan menghasilkan kinerja yang sesuai dengan kebutuhan karena setiap individual melakukan pekerjaan sesuai dengan kemampuannya masing – masing.

4. Pembagian *Shifting* Karyawan

Dalam meningkatkan penjualan dan juga kerjasama antar tim, *management* Ocha Mentai akan melakukan pembagian jam kerja ketika sudah melakukan penambahan karyawan. Ocha Mentai akan membuka toko selama 24 jam, sehingga customer lebih mudah memesan dan mencari produk Ocha Mentai kapanpun. Dengan membagi jadwal seperti karyawan yang berjaga pada jam 07.00 – 13.00 WIB, 15.00 – 23.00 WIB, dan 23.00 – 07.00 WIB.

5. Menentukan *Key Performance Indicator* (KPI)

Ocha Mentai perlu menentukan keberhasilan bisnis dalam jangka panjang dengan mengukur keberhasilan yang akan dicapai menggunakan *key performance indicator* (KPI). Tujuan *key performance indicator* (KPI) untuk perencanaan kedepan dan mengukur kinerja yang dilakukan sudah sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat.

6. *Performance appraisal*

Menurut Aggarwal & Thakur (2013), *performance appraisal* merupakan

pengukuran efektivitas dan efisiensi pada karyawan di dalam perusahaan dalam membuat sistem penilaian karena setiap karyawan memiliki sikap yang berbeda dalam melaksanakan pekerjaan, sehingga dapat meningkatkan prestasi kerja, komunikasi, menentukan potensi karyawan dan membantu memberikan saran terhadap karyawan.

a. *Assessment centers*

Ocha Mentai akan membuat penilaian dengan melalui diskusi kelompok, wawancara dengan karyawan dengan menilai pandangan dan penyelesaian permasalahan yang dilewati oleh karyawan dalam melayani permintaan *customer*.

b. *720 degree*

Ocha Mentai berfokus pada permasalahan yang sedang terjadi, dengan memberikan pandangan dari customer mengenai kinerja karyawan yang telah diberikan. Digunakan untuk memberikan umpan balik dalam mencapai target yang ditetapkan.

3.6 Marketing Planning

Menurut Kotler & Keller (2016), *marketing* merupakan kegiatan dalam melakukan komunikasi dan menciptakan nilai suatu produk untuk memberikan nilai tersebut kepada *customer*, sehingga dapat mengelola hubungan dengan cara memberikan keuntungan kepada perusahaan serta melakukan proses mengidentifikasi dalam memenuhi kebutuhan manusia. Dalam melakukan *marketing planning* Ocha Mentai akan menjelaskan sebagai berikut.

1. Membuka Cabang Bisnis Ocha Mentai

Dalam mengembangkan bisnis dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas, Ocha Mentai akan membuka dan memperluas cabang bisnis yang dimiliki, dengan melakukan kerjasama dengan investor atau melakukan *franchise* terhadap *brand name* Ocha Mentai. Tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk lebih meningkatkan dan juga memperluas target pasar yang dimiliki Ocha Mentai,

serta membuka lapangan pekerjaan masyarakat sekitar dalam meningkatkan perekonomian Indonesia.

2. Konsep penjualan

Dalam hal ini Ocha Mentai akan melakukan pemasaran secara rutin untuk dapat mencapai target penjualan yang telah ditetapkan karena dalam melakukan pemasaran adalah Ocha Mentai dapat menjual produk secara meningkatkan kepada *customer* untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.

a. Meningkatkan *e-marketing*

Ocha Mentai akan memperluas dan mengoptimalkan penggunaan setiap platform media sosial dalam melakukan *marketing* pada produk Ocha Mentai dan melakukan *endorsement* melalui *influencer* yang memiliki pengaruh dan dampak yang besar terhadap media sosial tersebut, sehingga diharapkan dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk Ocha Mentai.

3. Memperluas Mitra Kerjasama

Dalam meningkatkan dan menjangkau pasar yang lebih luas, Ocha Mentai memiliki rencana untuk mengajak kerjasama mitra, seperti *coffee shop* yang sudah dijalankan, dengan metode bagi hasil atau memberikan harga khusus untuk *reseller*, sehingga akan menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan dan Ocha Mentai akan memaksimalkan pendapatan yang akan dihasilkan serta menjangkau pasar yang lebih luas.

4. Membuat *Design Packaging* Informatif

Menurut Osterwalder (2014), dalam membuat suatu promosi penjualan yang efisien, pengusaha harus memilih saluran komunikasi yang sesuai dan persentase yang diharapkan dari keseluruhan penjualan melalui saluran ini. Berdasarkan teori diatas, bahwa dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan Ocha Mentai kepada *customer*, maka akan dibuat *desain packaging* yang lebih informatif agar dapat menjadi sarana informasi *customer* dalam mengenali produk dan mengetahui mengenai komposisi yang terdapat di dalam

produk Ocha Mentai.

5. Tempat (*place*)

Penempatan lokasi pada tempat atau toko *offline* akan berpengaruh pada jangkauan pasar yang ada sebagai pertimbangan untuk distribusi layanan yang efektif, Ocha Mentai akan menyediakan tempat yang strategis dalam menjangkau *customer*.

3.7 Operation Planning

Menurut Stevenson (2011), *operation* bertugas untuk memproduksi barang maupun jasa. Perusahaan akan mengelola bahan mentah untuk menjadi produk siap saji yang akan diberikan kepada *customer*, sedangkan jasa merupakan aktivitas yang memberikan kombinasi nilai dari waktu, lokasi dan nilai yang dibutuhkan. Dalam melakukan *operation planning*, Ocha Mentai melakukan kegiatan sebagai berikut:

1. Perencanaan tetap

Dalam hal ini Ocha Mentai akan melakukan tindakan dalam menangani situasi yang diperkirakan akan terjadi berulang – ulang, sehingga kami dapat menghemat waktu dalam menyelesaikan permasalahan tersebut, dengan mengeluarkan kebijakan dalam membuat keputusan dan menentukan langkah yang dapat diambil, menentukan prosedur standar, dan membuat aturan agar setiap karyawan yang terkait dapat mematuhi dan bertindak sesuai dengan peraturan yang ada.

2. Penjualan secara online

Ocha Mentai akan lebih berfokus kepada penjualan secara online, karena melihat perkembangan zaman yang sudah semakin canggih dan dengan adanya digitalisasi maupun komputerisasi, akan dapat memudahkan customer dalam memesan maupun melakukan transaksi pembelian dengan mudah. Dan menghasilkan layout secara efisien dalam mempengaruhi aktivitas yang terdapat pada bisnis. Sehingga hal tersebut juga dapat menjangkau *location customer* secara lebih luas.

3. Membuat Produk Ocha Mentai Ber-BPOM

Ocha Mentai akan membuat produk yang disajikannya sesuai dengan kebijakan nasional di Bidang Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk memastikan kepada *customer* bahwa produk yang diberikan oleh Ocha Mentai memiliki kualitas yang terjamin dikonsumsi. Dengan adanya BPOM juga diharapkan dapat membuat produk Ocha Mentai memiliki pengawasan serta keamanan yang baik ketika dipasarkan.

4. *Schedulling*

Kebijakan mengenai jadwal melakukan *restock* bahan dalam melakukan suatu produksi dan proses bisnis dapat menciptakan pekerjaan secara efisien dan efektif. Dengan tetap menjaga kualitas *inventory* secara optimal.

5. Perancangan penambahan menu Ocha Mentai

Untuk terus menambah kualitas maka perlu dibutuhkan keputusan dalam membuat inovasi terkait produk yang dihasilkan kedepannya. Ocha Mentai akan menambahkan produk di dalam menu yang akan dipasarkan kepada *customer*.

6. *Facility location*

Melaksanakan kegiatan *operation* secara efisien dengan menentukan lokasi dalam memproduksi makanan dari Ocha Mentai. Setiap karyawan dan anggota Ocha Mentai dapat menciptakan penghemat tenaga, biaya, dan waktu demi mencapai hasil yang maksimal dan juga memberikan keuntungan dalam melakukan efisiensi terhadap pendapatan bisnis Ocha Mentai.