KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Konsep bisnis café OMONA berawal dari gencarnya *trend* di kalangan masyarakat yang tertarik dengan kopi sekaligus dunia K-POP sehingga café OMONA memiliki perpaduan antara café yang ada saat ini dengan hal-hal yang berbau K-POP. Café OMONA di *design* dengan hal-hal yang berhubungan dengan K-POP seperti *wallpaper*, *merchandise* dan *design* tempat makan yang berhubungan dengan K-POP untuk menarik perhatian masyarakat.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi café OMONA adalah "menjadi K-POP café terkemuka yang memiliki kualitas produk dan pelayanan yang tinggi". Dalam mencapai visi tersebut, café OMONA harus mempunyai tindakan strategis, maka dari itu misi café OMONA adalah sebagai berikut :

a. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada *customer* dan *supplier*
b. Menyediakan tempat yang nyaman untuk *customer*
c. Menyediakan fasilitas yang diinginkan oleh *customer*
d. Memberikan produk yang berkualitas

3. Produk/Jasa

Produk yang ditawarkan oleh café OMONA adalah produk makanan dan minuman yang terdiri dari beberapa jenis makanan dan minuman ala Korea

maupun ala *western*. Produk ini dijual dari rentang harga Rp 10.000 – Rp 45.000. Makanan dan minuman yang ditawarkan merupakan makanan dan minuman yang cocok untuk disajikan dalam café.

4. Persaingan

Persaingan dalam bisnis sudah biasa begitu juga dengan café OMONA. Café OMONA memiliki dua pesaing di dekat daerah dimana café OMONA didirikan. Perhitungan berdasarkan CPM, café OMONA unggul dengan angka 3,01 dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Kopi Tama (2,57) dan Café 316 (2,24) dengan faktor penentunya yaitu harga, fasilitas, lokasi, varians menu, *design* tempat.

5. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar yang dituju oleh café OMONA adalah remaja dan usia yang dimulai dari usia 10 sampai 40 tahun keatas dengan tingkat pendapatan kelas menengah sampai menengah atas karena harga yang ditawarkan oleh café OMONA cukup bersaing dengan harga yang standar. Café OMONA merupakan usaha menengah karena memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 dan dibawah Rp10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

6. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan oleh café OMONA yaitu dengan *advertising* dimana menggunakan poster untuk promo, diskon dan lainnya. Selain menggunakan poster, café OMONA juga melakukan *personal selling* untuk membantu pelanggan mengenali produk yang ditawarkan atau disajikan oleh café OMONA. Pemasaran ini juga akan dibantu dengan penggunaan media sosial yang semakin berkembang dibantu dengan teknologi yang sudah canggih.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

7. Tim Manajemen

Café OMONA membutuhkan sumber daya manusia untuk melakukan kegiatan operasionalnya sehingga café OMONA mempekerjakan .

8. Kelayakan Keuangan

Kelayakan keuangan café OMONA diuji melalui *payback period*, *net present value*, *profitability index*, dan *break even point*. Pengujian yang dilakukan terhadap kelayakan keuangan café OMONA menghasilkan hasil yang positif yang berarti hasil dari pengujian tersebut menjadikan proyek usaha ini layak untuk dijalani. Demikian hasil kesimpulan pengujian kelayakan keuangan café OMONA :

Tabel 9.1

Kesimpulan Pengujian Kelayakan Keuangan café OMONA

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Payback Period	5 tahun	1 tahun 3 bulan	layak
Net Present Value	0	Rp 44.556.743	layak
Profitabiltity Index	1	1,300437902	layak

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Tabel 9.2

Tabel BEP Rekomendasi Visibilitas Usaha café OMONA

Tahun	BEP
2021	Rp 612.603.594
2022	Rp 622.752.849
2023	Rp 651.243.453
2024	Rp 681.144.298
2025	Rp 712.525.890

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 9.3

Tabel Rekomendasi Visibilitas Usaha café OMONA

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Payback Period	5 tahun	1 tahun 3 bulan	layak
Net Present Value	0	Rp 44.556.743	layak
Profitabiltity Index	1	1,300437902	layak

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.