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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Kopi Cap 1 merupakan usaha yang bergerak di bidang agroindustri yang memproduksi kopi bubuk dari biji kopi yang memiliki kualitas yang tinggi. Selain itu, Kopi Cap 1 juga bekerja sama dengan pihak *travel* untuk menjadikan Kopi Cap 1 menjadi salah satu tempat wisatawan untuk singgah. Para wisatawan juga dapat menyaksikan secara langsung proses produksi dari Kopi Cap 1. Kopi Cap 1 akan berfokus untuk menjaga kualitas produknya dengan menggunakan biji kopi yang berkualitas tinggi. Produk utama yang ingin dikembangkan yakni Kopi Premium yang masih jarang terdengar sebelumnya. Kopi Cap 1 akan membuka usahanya di Sungailiat sekaligus menjual produknya secara *online* agar dapat menjangkau konsumen lebih luas.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari Kopi Cap 1 :

Untuk selalu menjaga kualitas kopi bubuk, dan mengangkat kembali Kopi Robusta agar semakin dicintai oleh banyak orang.

Misi Kopi Cap 1 :

(1) Menjadi perusahaan pengolahan biji kopi guna memenuhi kebutuhan kopi bubuk untuk konsumen.

(2) Menjaga kualitas produk dengan menggunakan bahan yang berkualitas tinggi.

(3) Terus berinovasi agar Kopi Cap 1 semakin berkembang.

(4) Memberikan pelayanan yang baik serta menjaga komunikasi baik dengan konsumen.

3. Produk

Produk yang ditawarkan oleh Kopi Cap 1 ada 4 produk yakni Kopi Premium, Kopi Murni, Kopi Asalan dan Biji Kopi. Kopi Cap 1 menggunakan bahan dengan kualitas yang tinggi untuk semua produknya. Biji kopi mentah akan melewati tahap penyortiran terlebih dahulu sebelum masuk ke proses sangrai atau *roasting*.

4. Persaingan

Dalam dunia bisnis pasti adanya persaingan yang akan dihadapi oleh setiap pebisnis. Pesaing dari Kopi Cap 1 yakni Kopi Kingkong dan Kopi 88 M2M. Berdasarkan analisis *Compeitive Profile Matrix* (CPM), Kopi Cap 1 memperoleh poin sebesar 3,31, sedangkan Kopi Kingkong memperoleh poin 3,56 dan Kopi 88 M2M memperoleh poin 3,41. Kekuatan yang dimiliki oleh Kopi Cap 1 adalah Kopi Cap 1 menggunakan bahan yang berkualitas tinggi untuk setiap produknya sehingga memiliki rasa kopi yang enak dan kepuasan pelanggan sangat penting sehingga Kopi Cap 1 memberikan pelayanan yang baik kepada setiap konsumen. Kekurangan dari Kopi Cap 1 adalah banyak kompetitor sejenis yang sudah dikenal terlebih dahulu di masyarakat, sedangkan Kopi Cap 1 belum dikenal oleh banyak orang, belum memiliki pengalaman dan belum memiliki loyalitas dari para konsumen.

5. Target dan Ukuran Pasar

Segmentasi geografis dari Kopi Cap 1 berada di daerah Sungailiat dan sekitarnya. Selain itu, Kopi Cap 1 juga akan memasarkan produknya secara *online* agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Untuk kelompok usia Kopi Cap 1 menargetkan usia 15 tahun ke atas, dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Kemudian untuk kelompok

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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.

pendapatan, Kopi Cap 1 menargetkan pada semua kelompok seperti kelompok bawah, menengah maupun atas karena Kopi Cap 1 menyediakan berbagai macam varian produk dengan harga yang terjangkau. Kopi Cap 1 akan berfokus untuk menjaga kualitas produknya agar tetap terjaga dan berfokus pada pencinta kopi.

6. Strategi Pemasaran

Kopi Cap 1 memasarkan produknya menggunakan media sosial seperti, Instagram, Whatsapp dan Shopee. Melalui media sosial tersebut Kopi Cap 1 juga akan memberikan konten-konten yang menarik dan berhubungan dengan kopi. Selain itu, Kopi Cap 1 juga akan mengiklankan produknya melalui *Instagram ads* dan menggunakan jasa selebgram untuk meng-*endorse* produk Kopi Cap 1. Kopi Cap 1 juga akan datang langsung ke toko-toko atau pusat perbelanjaan untuk menawarkan produk-produk Kopi Cap 1.

7. Tim Manajemen

Kopi Cap 1 merupakan bisnis yang menggunakan struktur organisasi yang sederhana. Kopi Cap 1 membutuhkan 4 tenaga kerja sesuai bidangnya masing-masing. Rencana kebutuhan tenaga kerja ini terdiri dari 1 orang manajer sekaligus pemilik Kopi Cap 1 yang langsung membawahi 3 karyawannya secara langsung yang terdiri dari 1 orang staf keuangan dan 2 orang staf produksi.

8. Kelayakan Usaha

Penulis telah melakukan berbagai macam analisis keuangan untuk menentukan kelayakan bisnis dari Kopi Cap 1. Analisis keuangan yang dilakukan yaitu dengan metode *payback period* (PP*), net present value* (NPV), *profitability index* (PI), dan *break even point* (BEP) yang dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
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 9.1

Kesimpulan Kelayakan Investasi Kopi Cap 1

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Payback Period	5 Tahun	1 tahun 4 bulan 16 hari	Layak
Net Present Value	NPV>0	Rp 212.120.450	Layak
Profitability Index	PI>1	1,81	Layak
Break Even Point	Penjualan>BEP	Penjualan per tahun>BEP per tahun	Layak

Sumber : BAB VII, Data diolah

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Kesimpulan dari keseluruhan perencanaan bisnis dan analisis kelayakan keuangan atau investasi menunjukkan bahwa usaha Kopi Cap 1 layak untuk dijalankan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak Cipta milik IBIKKG (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