

## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

#### 9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

##### a. Konsep Bisnis

Sekala adalah usaha yang bergerak di bidang usaha *F&B (Food & Beverage)* khususnya di minuman kopi yang menjual minuman kopi dengan rasa yang terjamin dan berkualitas. Ide bisnis Sekala berasal dari hobi pemilik usaha yaitu ngopi dan mencari cafe yang nyaman untuk dikunjungi / nongkrong, sehingga pemilik usaha ingin membuka sendiri kedai kopi yang terbaik di Jakarta yang menyajikan minuman kopi berkualitas dengan olahan biji kopi nusantara.

##### b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Perusahaan :

Menjadi bisnis kopi berkualitas yang digemari seluruh kalangan masyarakat Indonesia

Misi Perusahaan :

- 1) Memberikan cita rasa kopi baru kepada masyarakat melalui biji kopi pilihan terbaik
- 2) Memberikan suasana minum kopi yang nyaman dan menyenangkan
- 3) Memberikan pelayanan terbaik dan sepenuh hati untuk kepuasan konsumen

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





c. Produk / Jasa

Produk yang ditawarkan Sekala adalah produk minuman kopi yang berasal dari biji kopi terbaik nusantara yang terbagi menjadi beberapa varian antara lain yaitu Kopi Kuy (Kopi Susu Gula Aren), Kopi Flexing (Kopi Salted Caramel), Kopi Hideung (Americano), V60 (Manual Brew), dan Kopi Tier 1 (Kopi French Vanilla).

d. Persaingan

Disekitar lokasi usaha Sekala terdapat 2 pesaing yaitu KOCIL Specialty Coffee Coconut Tusk dan Kinari. Kedua usaha ini sudah lebih dulu berjalan, sehingga sudah mendapatkan kepercayaan konsumennya. Pemilik usaha akan berfokus untuk melakukan promosi dan berinovasi memunculkan ide-ide baru untuk dapat bersaing dengan kedua pesaing tersebut.

e. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar Sekala adalah masyarakat dari kalangan menengah ke bawah hingga kalangan atas yang berusia 18 – 60 tahun yang berstatus dengan latar belakang pendidikan dan pekerjaan apa saja. Selain itu, berdasarkan wilayah maka target pasar Sekala adalah masyarakat yang berada di sekitar wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara.

f. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang direncanakan Sekala adalah :

- 1) Melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok
- 2) Bekerja sama dengan influencer dan foodvlogger, coffeehopper untuk memperkenalkan Sekala

© 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.



3) Mengeluarkan promo-promo menarik dengan bekerja sama bersama

jasa transportasi online seperti Gofood, Grabfood dan Shopeefood seperti diskon 50% dan *buy 1 get 1 free* di hari tertentu.

g. Tim Manajemen

Usaha masih bersifat baru dan berskala kecil sehingga Sekala menggunakan struktur organisasi sederhana dan pemilik usaha berperan sebagai manajer. Tugas manajer adalah bertanggung jawab dengan seluruh karyawan dan operasional usaha serta dapat mengambil kebijakan dan keputusan yang tepat untuk usaha. Jumlah pegawai Sekala terdapat 3 orang, yaitu satu orang sebagai kasir dan dua orang sebagai barista.

h. Kelayakan Keuangan

Berikut kesimpulan dari hasil analisis kelayakan keuangan Sekala

**Tabel 9. 1 Kesimpulan Kelayakan Investasi**

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisa	Kesimpulan
Payback Period	5 Tahun	1 Tahun 3 Bulan 7 Hari	Layak
Net Present Value (NPV)	$NPV > 0$	2.573.775.735	Layak
Profitability Index (PI)	$PI > 0$	10,433555211	Layak
Break Event Point (BEP)	Penjualan > BEP	Penjualan > Nilai BEP per Tahun	Layak

Sumber : tabel 7.21,7.22,7.23,7.24

© 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.



## 9.2 Rekomendasi Visibilitas Usaha

Ⓒ Berdasarkan keseluruhan perencanaan bisnis dan analisis kelayakan usaha dan investasi pada Bab 7 dapat menunjukkan jika usaha Sekala layak untuk dijalankan.

Ⓒ **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.