**BAB IX**

**RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI**

* + 1. **Ringkasan Kegiatan Usaha**
1. **Konsep Bisnis**

*Coffee Shop* Nā Kūlana adalah bisnis yang bergerak di bidang kuliner yang menjual minuman berbahan dasar kopi dan coklat. Konsep bisnis dari *Coffee Shop* Nā Kūlana ialah menyediakan minuman berbahan dasar kopi asli Indonesia dan menjadi *Coffee Shop* atau kedai kopi dengan harga yang terjangkau atau *Low Cost* yang menekankan penjualan melalui aplikasi *Go-Food* dan *Grab-food*, dengan seperti itu maka masyarakat yang tidak memiliki waktu untuk mengunjungi suatu *Coffee Shop* tetapi tetap ingin menikmati secangkir kopi dapat memesan kopi dari *Coffee Shop* Nā Kūlana dengan menggunakan aplikasi *Go-Food* dan *Grab-food* sehingga produk dari *Coffee Shop* Nā Kūlana dapat dinikmati oleh semua kalangan.

1. **Visi dan Misi Perusahaan**

Visi dari *Coffee Shop* Nā Kūlana yaitu:

a. Berorientasi pada masa depan;

b. Tidak dibuat berdasarkan kondisi atau tren saat ini;

c. Mengekspresikan kreativitas;

d. Mempunyai harapan standar yang tinggi, ide, serta harapan tinggi bagi karyawan

e. Menggambarkan keunikan bisnis dalam kompetisi

Sedangkan misi dari *Coffee Shop* Nā Kūlana adalah sebagai berikut :

* 1. Menyediakan kopi yang berkualitas
	2. Mengutamakan kepuasan konsumen dalam hal rasa dan kenikmatan
	3. Menyatukan unsur keragaman sebagai salah satu komponen esensial dalam cara berbisnis
1. **Produk**

Produk yang disajikan oleh *Coffee Shop* Nā Kūlana adalah minuman berbahan dasar kopi dan coklat yang disajikan dalam keadaan dingin ataupun panas yang disesuaikan dengan keinginan konsumen. *Coffee Shop* Nā Kūlana menggunakan kopi asli Indonesia yang memiliki kualitas yang baik.

1. **Persaingan**

Pesaing merupakan hal yang wajar dan pasti akan dihadapi oleh setiap pebisnis. Perusahaan membutuhkan informasi-informasi mengenai data perusahaan pesaing guna merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing secara efektif. Pesaing dari *Coffee Shop* Nā Kūlana adalah Popolo *Coffee* dan Ngopi Doeloe. Produk yang ditawarkan oleh kedua pesaing cukup sama dengan *Coffee Shop* Nā Kūlana. Dari analisis *Competitive Profile Matrix* ( CPM ), *Coffee Shop* Nā Kūlana direncanakan memperoleh poin sebesar 2,04 sedangkan untuk Popolo *Coffee* memperoleh poin sebesar 1,3 dan Ngopie Doeloe memperoleh poin sebesar 1,75. *Coffee Shop* Nā Kūlana memiliki kekuatan dibanding pesaing yaitu dengan lokasi yang strategis, fasilitas dan kenyamanan, dan kualitas produk. Sedangkan kelemahan dari *Coffee Shop* Nā Kūlana adalah variasi produk, pelayanan dan merek yang masih baru sehingga belum dikenal oleh konsumen.

1. **Target dan Ukuran Pasar**

Target pasar dari *Coffee Shop* Nā Kūlana adalah pria dan wanita yang memiliki rentan usia 15 – 55 Tahun dan konsumen atau masyarakat menengah atas maupun bawah yang berdomisili di sekitar Bogor.

1. **Strategi Pemasaran**

*Coffee Shop* Nā Kūlana memiliki beberapa strategi pemasaran yang akan dilakuka, yaitu :

1. Pemasaran melalui Media Sosial seperti *Instagram* dan *Facebook*. Dikarenakan penggunaan media sosial tidak ada batasannya sehingga dapat menjangkau semua konsumen dari berbagai jenis latar belakang dan lokasi.
2. Menggunakan *Influencer* adalah cara kedua yang digunakan oleh *Coffee Shop* Nā Kūlana dikarenakan dampak dari *Influencer* menjadi salah satu dampak yang paling besar untuk kesuksesan suatu bisnis terutama bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner.
3. Cara terakhir yang digunakan oleh *Coffee Shop* Nā Kūlana adalah memberikan diskon 20% pada 1 bulan awal pembukaan toko agar dapat menarik minat para calon konsumen untuk dapat membeli produk dari *Coffee Shop* Nā Kūlana.
4. **Tim Manajemen**

*Coffee Shop* Nā Kūlana merupakan bisnis dengan struktur organisasi sederhana, dimana pemilik sekaligus manajer dan langsung membawahi tiga bagian divisi yaitu *Barista*, *Head Bar*, dan *Runner*. Pada divisi Barista terdapat 2 orang, bagian *Head Bar* terdapat 1 orang, dan pada bagian *Runner* terdapat 2 orang. Tugas manajer sendiri yaitu melakukan pengawasan langsung terhadap semua karyawan yang berada di *Coffee Shop* Nā Kūlana dan bertanggung jawab atas keberlangsungan bisnis.

1. **Kelayakan Keuangan**

Penulis telah melakukan berbagai macam analisis keuangan untuk menentukan apakah usaha *Coffee Shop* Nā Kūlana layak untuk dijalankan. Analisis keuangan yang dilakukan yaitu nilai BEP, *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), dan *payback period* (PP).

Pada analisis BEP nilai penjualan yang dilakukan oleh *Coffee Shop* Nā Kūlana lebih tinggi dibandingkan nilai BEP setiap tahunnya, untuk NPV nilainya lebih besar dari 0 yaitu Rp 618.813.243, untuk nilai IRR sebesar 42,63% lebih besar dari tingkat bunga yang telah ditetapkan sebesar 11,83%, sedangkan untuk *Payback Period* diperoleh 2 tahun 9 bulan 23 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Dari keempat analisi yang telah dilakukan di atas menunjukan bahwa bisnis *Coffee Shop* Nā Kūlana layak untuk dijalankan.