

BAB IX

Analisis Dampak dan Resiko

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

ScreamForIceCream adalah kedai es krim yang akan berkonsep dine-in kafe dengan desain modern minimalis dan senyaman mungkin untuk menciptakan ruang yang nyaman bagi para penikmat es krim. Kafe ini akan fokus pada penyajian dessert yang berbahan dasar soft-serve ice cream dan akan menjual berbagai macam varian rasa dengan bahan berkualitas yang telah disesuaikan dengan preferensi masyarakat Indonesia dan penyajian yang menarik visual. *ScreamforIceCream* ingin memberikan dampak positif pada para pelanggan dan menciptakan suasana santai untuk melepaskan beban sejenak dengan menikmati es krim yang lezat.

2. Visi dan Misi

Visi dari *ScreamForIceCream* adalah menjadikan kedai es krim dengan kualitas *soft-serve ice cream* yang terbaik dengan cita rasa dan penyajian yang menarik didukung oleh tempat yang nyaman yang dapat diingat dan dinikmati oleh semua kalangan masyarakat Indonesia. Sedangkan misi dari *ScreamForIceCream* adalah :

- a. Mengenalkan brand *ScreamForIceCream* kepada semua kalangan masyarakat.
- b. Memperhatikan pengolahan bahan baku sehingga memberikan produk yang berkualitas kepada pelanggan.
- c. Berinovasi terhadap rasa baru sehingga meningkatkan minat dari pelanggan.
- d. Menyediakan pelayanan yang baik sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan.





- e. Melakukan pelatihan kepada karyawan untuk memberikan pelayanan yang terbaik.



Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

3. Produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Sundae

- (1) Berried
- (2) Matcha Better
- (3) Chocollapse
- (4) Salted Caremello
- (5) Waffle – O
- (6) Pop Scream

b. The OG

- (1) The OG Cone
- (2) The OG Cup

c. Beverages

- (1) Bellery Ade
- (2) Sobana Ade
- (3) Hello Peaches

4. Persaingan

Setiap bisnis pasti memiliki pesaing, pesaing lama dan pesaing baru. Adanya pesaing memberikan dampak positif dan juga dampak negative. Sebelum membangun usaha penulis telah melakukan survey beberapa pesaing dan yang memiliki rating tertinggi dan menjual produk yang sama didapatkan 2 pesaing yaitu Wooyoo Ice Cream dan Fudgy Bro. *ScreamForIceCream* memperoleh total nilai tertimbang yaitu 320. Posisi *ScreamForIceCream* berada di posisi tengah atau kedua dibanding para

pesaingnya. Posisi pertama ditempati oleh Wooyo Ice Cream dengan skor 3,21 dan posisi terakhir ditempati oleh FudgyBro dengan skor 3,00.

5. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar yang dituju oleh *ScreamForIceCream* segala jenis kelamin dan usia dengan pekerjaan siswa/mahasiswa, pekerja, karyawan, wirausaha pada kelompok kelas menengah ke atas.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah, *ScreamForIceCream* termasuk ke dalam usaha kecil dikarenakan memiliki jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan maksimal Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) yang di dalamnya tidak termasuk tanah dan bangunan tempat melakukan usaha. Serta dengan besar penjualan pertahunnya mencapai lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) dan maksimum Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

6. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang diterapkan *ScreamForIceCream* dalam menjalankan usahanya ialah pemasaran langsung atau dikenal dengan *direct marketing* dan pemasaran tidak langsung atau *indirect marketing*. *ScreamForIceCream* memilih pemasaran tidak langsung (*indirect marketing*) dikarenakan dapat berhubungan langsung dengan *customer* dan juga menarik pelanggan yang lebih luas. *ScreamForIceCream* akan menggunakan jasa *endorsement*, *influencer*, *Instagram ads*, *TikTok ads*, dan *Google Ads*. *ScreamForIceCream* juga akan membuat *loyalty card* agar pelanggan melakukan pembelian berulang dan *merchandise* berupa gantungan.





7. Tim Manajemen

C *ScreamForIceCream* hanya membutuhkan 4 tenaga kerja dalam aktivitas produksinya dengan waktu kerja full time untuk mengurangi jumlah pengeluaran untuk tenaga kerja. Dengan jam kerja 7 jam kerja per hari selama 6 hari kerja dan 1 hari libur. Yang terbagi menjadi satu orang manajer, satu staff persediaan dan media sosial, satu kasir, dan satu *ice cream server*. Beberapa karyawan akan memiliki tugas dan tanggung jawab ganda karena bisnis yang masih baru.

8. Kelayakan Usaha

ScreamForIceCream melakukan analisis keuangan untuk menentukan apakah rencana bisnis layak untuk dijalankan. Berikut adalah hasil analisis yang dilakukan oleh *ScreamForIceCream* yang terdiri dari analisis *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *profitability index* (PI), dan *break even point* (BEP). Dari hasil analisis yang dilakukan oleh *ScreamForIceCream* menunjukkan bahwa *ScreamForIceCream* layak untuk dijalankan. Berikut adalah hasil analisis kelayakan usaha *ScreamForIceCream*, yaitu:

Tabel 9. 1

Analisis Kelayakan Keuangan Usaha

Analisis Kelayakan	Hasil Analisis
<i>Payback Period</i> (PP)	1 Tahun 4 Bulan 8 Hari
<i>Net Present Value</i> (NPV)	Rp 737.743.934
<i>Profitability Index</i> (PI)	3,58
<i>Break Even Point</i> (BEP)	Rp 514.573.033

Sumber : *ScreamForIceCream*

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