BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

1. Ringkasan Kegiatan Usaha
2. Konsep Bisnis

Kedai Kopi Sako adalah bisnis yang bergerak di bidang kuliner yang menjual minuman berbahan dasar kopi dan bukan kopi yaitu coklat dan makanan ringan yaitu donat, kentang goreng, dan roti panggang. Konsep bisnis Kedai Kopi Sako adalah menyediakan minuman berbahan dasar kopi asli Indonesia dan menjadi kedai kopi yang memberikan produk dengan harga terjangkau dan memberikan inovasi produk es kopi susu yang baru dengan tambahan topping yaitu *coffee jelly* dan *grass jelly* yang penjualannya dibantu menggunakan aplikasi Go-Food sehingga masyrakat yang tidak memiliki waktu untuk mengunjungi Kedai Kopi Sako namun tetap ingin menikmati kopi dapat memesannya lewat aplikasi Go-Food sehingga produk Kedai Kopi Sako dapat dinikmati oleh semua kalangan.

1. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari Kedai Kopi Sako adalah “Menjadikan Kedai Kopi Sako sebagai kedai kopi yang menyediakan kopi dengan rasa berkualitas namun dengan harga terjangkau yang dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat.” Sedangkan misi dari Kedai Kopi Sako adalah sebagai berikut:

1. Menggunakan kopi asli Indonesia yang berkualitas sebagai bahan baku utama menu kopi di Kedai Kopi Sako
2. Selalu mengutamakan kebutuhan konsumen dahulu dan kepuasan konsumen sendiri terhadap produk yang dijual Kedai Kopi Sako
3. Menggunakan kreativitas dan inovasi penulis dalam menghasilkan kopi yang mempunyai cita rasa yang berbeda daripada kopi di kedai kopi lainnya
4. Produk

Produk yang disajikan oleh Kedai Kopi Sako adalah minuman berbahan dasar kopi dan tidak kopi yaitu coklat yang disajikan panas atau dingin sesuai keinginan konsumen dan makanan ringan yaitu donat, kentang goreng, dan roti panggang. Kedai Kopi Sako menggunakan biji kopi Ijen yaitu asli dari Indonesia yang memiliki kualitas baik yaitu dari Banyuwangi, Jawa Timur.

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 Kedai Kopi Sako adalah Kopi Kurang Lebih dan Kedai Kopi Kulo. Produk yang ditawarkan oleh kedua pesaing cukup sama dengan produk yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Sako. Dari analisis Competitive Profile Matrix (CPM), Kedai Kopi Sako direncanakan memperoleh nilai sebesar 3,4 sedangkan untuk Kopi Kurang Lebih memperoleh nilai sebesar 3,15 dan Kedai Kopi Kulo memperoleh nilai sebesar 3,25. Kedai Kopi Sako memiliki kekuatan dibanding pesaing yaitu memiliki pelayanan berkualitas dari pegawai yang bekerja dan kelemahan dari Kedai Kopi Sako adalah merek yang masih baru sehingga belum dikenal oleh masyarakat.

1. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar dari Kedai Kopi Sako adalah adalah masyarakat kalangan menengah ke atas yang berdomisili di Jakarta Utara dan sekitarnya yang memiliki gaya hidup yang suka menghabiskan waktu di luar rumah dan yang cenderung ingin mendapatkan sesuatu dengan praktis dengan menggunakan *gadget* atau internet yang mereka miliki.

1. Strategi Pemasaran

Kedai Kopi Sako memiliki beberapa strategi pemasaran yang akan dilakukan yaitu:

1. Pemasaran melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook* karena penggunaan media sosial ini dapat menjangkau lebih cepat semua masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dengan memasang iklan di media sosial yaitu *Instagram Ads* dan *Facebook Ads*.
2. Mengundang *food blogger* karena dapat memberikan dampak yang besar untuk kesuksesan suatu bisnis kuliner dan mampu mengenalkan citra merek Kedai Kopi Sako kepada masyarakat.
3. Memberikan diskon 20% untuk 50 gelas es kopi susu pertama selama 3 hari pembukaan awal Kedai Kopi Sako agar dapat menarik minat para calon konsumen untuk dapat membeli produk Kedai Kopi Sako.
4. Membuat paket makanan dan minuman di jam operasional yang menurut Kedai Kopi Sako pada jam tersebut jumlah pengunjung yang datang sedikit. Promosi yang dilakukan adalah promo paket makanan dengan minuman dengan harga yang lebih hemat. Promo tersebut dijalankan oleh Kedai Kopi Sako pada jam 14.00-17.00 setiap harinya.
5. Tim Manajemen

Kedai Kopi Sako merupakan bisnis dengan struktur organisasi sederhana di mana Kedai Kopi Sako membutuhkan 8 orang tenaga kerja yang berkompeten dan bertanggung jawab atas setiap pekerjaan yang diberikan sehingga memahami dan mampu menjalankan seluruh aktivitas operasional toko. Rencana kebutuhan tenaga kerja Kedai Kopi Sako adalah 1 orang manajer, 2 orang *shift supervisor*, 2 orang barista *full time*, dan 3 orang barista *part time*.

1. Kelayakan Keuangan

Analisis keuangan dilakukan untuk menentukan usaha Kedai Kopi Sako layak untuk dijalankan atau tidak. Analisis keuangan yang dilakukan yaitu *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *profitability index* (PI), dan *break-even point* (BEP) yang dapat dilihat dari tabel berikut yaitu:

**Tabel 9.1**

**Kesimpulan Kelayakan Investasi Kedai kopi Sako**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Analisis** | **Batas Kelayakan** | **Hasil Analisis** | **Kesimpulan** |
| Payback Period | 5 tahun | 3 tahun 1 bulan 22 hari | Layak |
| Net Present Value | NPV > 0 | Rp 292.709.822 | Layak |
| Profitability Index | PI > 1 | 1,28 | Layak |
| Internal Rate of Return | IRR > 11,01% | 29,86% | Layak |
| Break Even Point | Penjualan > Nilai BEP | Penjualan per tahun > BEP per tahun | Layak |

Sumber: Data diolah

1. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Berdasarkan ringkasan kegiatan usaha di atas yang meliputi konsep bisnis, visi dan misi perusahaan, produk, persaingan, target dan ukuran pasar, strategi pemasaran, tim manajemen, dan yang paling utama adalah kelayakan keuangan yaitu dengan melakukan lima analisis yaitu pada analisis *payback period* (PP) diperkirakan Kedai Kopi Sako akan mencapai titik balik modal dalam waktu 3 tahun 1 bulan 22 hari, untuk *net present value* (NPV) nilainya lebih besar daripada 0 yaitu Rp 292.709.822, untuk *profitability index* (PI) nilainya lebih daripada 1 yaitu 1,28, untuk *Internal Rate of Return* (IRR) nilainya lebih dari rate of return (11,01%) yaitu 29,86%, sedangkan untuk analisis *break-even point* (BEP) nilai penjualan yang dilakukan oleh Kedai Kopi Sako lebih tinggi dibandingkan nilai BEP setiap tahunnya maka bisnis Kedai Kopi Sako bisa direkomendasi dan layak untuk dijalankan.