# BAB IX

# RINGKASAN EKSEKUTIF

*Sorry, I’m Latte* adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner atau lebih tepatnya restoran / *café* dengan konsep modern bergaya minimalis yang menyajikan makanan dan minuman ala *western* tetapi juga menyediakan makanan dan minuman khas daerah. *Sorry, I’m Latte* direncanakan akan didirikan di Jalan Rinjani no.25 Semarang. *Café*  ini dapat dihubungi via email di [sorryimlatte@gmail.com](mailto:sorryimlatte@gmail.com) atau via telepon di 087700258096 atas nama pemilik perusahaan yaitu Timotius Ryan Pramana.

*Sorry, I’m Latte* memiliki 17 orang karyawan dimana pemilik berperan sebagai Direktur yang membawahi langsung *Store Manager* dan memiliki andil untuk membuat keputusan untuk setiap divisi yang ada dalam struktur organisasi.

Visi dari *Sorry, I’m Latte* adalah menjadi *café* terbaik di Jawa Tengah. Sedangkan Misi dari SIL café adalah sebagai berikut :

1. Menjadi Coffee House terbaik di Semarang dan Jawa Tengah
2. Menjadi penyedia makanan dan minuman sehat dan berkualitas bagi para pelanggan
3. Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik.

Beberapa pesaing dari *SIL* adalah *Eastman Coffee* dan Anak Panah Kopi yang keduanya terletak di Semarang. Dan yang menjadikan keunggulan kompetitif *SIL* adalah memiliki harga yang terjangkau dimana *SIL* memiliki target pasar *middle-high* yaitu berada di antara segmen pasar *Eastman Coffee* dan Anak Panah Kopi.

Target pasar dari SIL Café ini adalah masyarakat yang memiliki gaya hidup modern dengan makanan makanan western dan masyarakat yang tergolong menengah ke atas. Karena range harga untuk makanan dan minuman di SIL café ini berkisar Rp 30.000 – Rp 65.000. Harga ini ditetapkan berdasarkan biaya modal dan harga para pesaing di Semarang.

Strategi pemasaran *Sorry, I’m Latte* sendiri berfokus pada media sosial seperti Instagram yang sedang marak di kalangan masyarakat, serta dengan bantuan *endorse* dari *selebgram* serta memberikan *monthly promotion* untuk meningkatkan penjualan dan *brand awareness* dari *Sorry, I’m Latte.*

Dari segi kelayakan keuangan, angka penjualan *Sorry, I’m Latte* tahun 2020 hingga 2024 selalu berada diatas titik impas (BEP). Perhitungan NPV dari *Sorry, I’m Latte* pun menunjukkan nilai NPV lebih besar dari 0 (nol) diikuti dengan profitabilitas indeks dengan hasil 1,304 diatas batas kelayakan yaitu 1. Dari perhitungan *payback period* *Sorry, I’m Latte* yang berjalan selama 5 tahun didapatkan bahwa periode *payback* bisnis ini adalah 1 tahun 6 bulan 1 hari yang masih berada dibawah 5 tahun sehingga bisnis layak untuk dijalankan.