# **BAB IX**

# **RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI**

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

*Another Blissful Coffee (ABC)* adalah usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuaman yang khusus menjual berbagai macam kopi. Konsep dari *Another Blissful Coffee (ABC)* adalah menyediakan tempat yang nyaman dan tenag untuk menikmati kopi yang enak. *Another Blissful Coffee (ABC)* hanya menyediakan layanan *take away,* dikarenakan *Another Blissful Coffee (ABC)* berfokus tidak hanya pada konsumen yang berkuntung tetapi juga konsumen yang mempunyai mobilitas yang tinggi dan layanan antar *go-food*. Nama *Another Blissful Coffee (ABC*) dibuat penulis karenaingin menghadirkan sebuah tempat dimana kopi bisa diminum dengan santai, nyaman dan tenang

1. **Visi dan Misi Perusahaan**

Visi : Menjadi *Coffee Shop* yang unggul dan dapat bersaing di Jakarta dengan

selalu menjaga kualitas dan cita rasanya.

Misi:

1. Mengedepankan kualitas bahan baku maupun pelayanan tetapi dengan harga yang kompetitif.
2. Menjaga komunikasi yang baik tidak hanya dengan pelanggan tetapi dengan karyawan dan sesama usaha sejenis.
3. Selalu berinovasi dalam desain dan variasi makanan dan minuman.
4. **Produk / Jasa**

Produk yang dijual *Another Blissful Coffee (ABC*) adalah produk beruba kopi dan makanan dan minuman lainnya sebagai pelengkap. *Another Blissful Coffee (ABC*)menjual berbagai makan kopi dari kopi hitam hingga kopi susu. Jangkauan harga dari *Another Blissful Coffee (ABC*) berkisar dari Rp. 35.000 hingga Rp 60.000

1. **Persaingan**

Another Blissful Coffee mempunya saing pada bisnis serupa

Berikut pesaing-pesaing dari *Another Blissful Coffee (ABC)*:

**Tabel 9.1**

**Pesaing Another Blissful Coffee**

****Sumber: *Another Blissful Coffee (ABC)*, 2019

1. **Target dan Ukuran Pasar**

Target pasar *Another Blissful Coffee (ABC*) adalah konsumen semua umur dengan pendapatan menengah ke atas. Konsumen diharapkan berada di sekitar daerah kemang, Jakarta Selatan dan juga beberapa daerah di sekitarnya. Tidak hanya itu, *Another Blissful Coffee (ABC*) menargetkan konsumen Jakarta yang hingin menikmati kopi dengan konsep kami.

1. **Strategi Pemasaran**

*Another Blissful Coffee (ABC*) memiliki beberapa strategi pemasaran yang dilakukan sebagai berikut.

1. Pemasaran melalui media sosial dan internet sebagai alat pemasar yang paling efektif dan efisien saat ini. Biaya murah dan dampak yang dihasilkan sangat besar karena era digital saat ini sudah merubah pola perilaku dan tindak masing-masing individu.
2. Melakukan penyebaran brosur di sekitar toko, sehingga *Another Blissful Coffee (ABC*) dapat diketahui oleh konsumen sekitar toko terlebih dahulu.
3. **Tim Manajemen**

*Another Blissful Coffee (ABC*) menerapkan struktur organisasi sederhana dimana pemilik sekaligus manajer langsung membawahi 3 divisi, yaitu divisi administrasi yang terdiri dari kasir 1 orang , produksi yang terdiri dari *Barista* 2 orang dan *Chef* 2 orang dan operasional yang terdiri dari pramusaji 2 orang. Total tenaga kerja yang ada adalah sebanyak 8 orang. Seluruh divisi bertanggung jawab kepada manajer. Tugas manajer adalah mengawasi kinerja yang dilakukan oleh semua divisi dan sebagai pemberi keputusan akhir dalam melakukan suatu tindakan kerja.

1. **Kelayakan Keuangan**

Analisis kelayakan usaha yang dilakukan untuk menilai apakah suatu investasi layak dilakukan pada usaha tersebut atau tidak. Dalam hal ini, *Another Blissful Coffee (ABC*) menggunakan 4 analisis usaha yang dilakukan yaitu : *Break Even Poinit (BEP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR),* dan *Payback Period (PP).*

Pada analisis *BEP* nilai penjualan yang dilakukan *MILKWAY* lebih besar daripada nilai *BEP* setiap tahunnya. Untuk *NPV* nilainya lebih besar dari 0 yaitu Rp 376.731.427 Nilai *IRR* sebesar 21,34% lebih besar daripada suku bunga investasi yaitu 11,78% dan *Payback Periode* kurang dari 5 tahun yaitu selama 3 tahun 4 bulan 10 hari. Dari keempat analisis di atas menunjukan bahwa usaha *Another Blissful Coffee (ABC*) layak untuk dijalankan.