

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF/REKOMENDASI

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

KyoYu Tea adalah sebuah *café* teh modern yang mengusung konsep perpaduan antara minuman berbasis teh berkualitas dan camilan khas Jepang dengan harga yang terjangkau. Berbeda dari kebanyakan kedai teh lainnya, KyoYu Tea tidak hanya berfokus pada penyajian minuman, tetapi juga menghadirkan pengalaman menikmati teh yang autentik dalam suasana yang nyaman dan bersahabat. Dengan lokasi strategis di Sedayu City, Jakarta Timur, KyoYu Tea menargetkan berbagai segmen pelanggan, mulai dari pelajar, pekerja kantoran, hingga keluarga yang ingin menikmati suasana santai sambil menikmati sajian berkualitas.

Untuk menjamin kualitas produknya, KyoYu Tea menggunakan bahan baku berkualitas tinggi, seperti teh premium, susu segar, serta bahan-bahan pilihan untuk camilan seperti mochi, dorayaki, dan Kue kue lainnya. Selain itu, KyoYu Tea menerapkan strategi harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas, sehingga dapat menjangkau lebih banyak pelanggan. Dalam operasionalnya, KyoYu Tea juga mengutamakan efisiensi dengan sistem layanan cepat serta pemanfaatan teknologi digital untuk pemesanan dan promosi, termasuk pemasaran melalui media sosial dan layanan pesan antar online. KyoYu Tea berkomitmen untuk menjalankan bisnis yang berkelanjutan dengan memperhatikan pengelolaan limbah dan pemanfaatan kembali bahan yang dapat didaur ulang. Dengan konsep ini, KyoYu Tea berharap dapat menjadi destinasi favorit bagi pecinta teh dan kuliner Jepang, sekaligus memberikan pengalaman yang unik dan berkesan bagi setiap pelanggan.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari KyoYu Tea adalah “Menghadirkan produk minuman yang menekankan pada rasa kebersamaan dan saling berbagi.”

Misi dari KyoYu Tea:

- 1) Menghasilkan minuman teh yang berkualitas tinggi dan harga terjangkau.
- 2) Menghasilkan layanan minuman yang berkualitas tinggi.

3. Produk yang Ditawarkan

KyoYu Tea menghadirkan berbagai pilihan minuman berbasis teh yang menggabungkan cita rasa tradisional Jepang dengan sentuhan modern. Classic Milk Tea menjadi salah satu favorit pelanggan dengan kombinasi teh hitam berkualitas tinggi dan susu yang memberikan rasa lembut serta keseimbangan sempurna antara manis dan pahit. Bagi pecinta matcha, Matcha Latte menawarkan pengalaman minum teh hijau premium yang khas, dengan rasa umami yang kaya serta tekstur creamy yang lembut. Hokkaido Chocolate Milk menghadirkan kombinasi antara cokelat premium dengan susu Hokkaido yang terkenal akan kelembutannya, menciptakan minuman yang kaya rasa dan memanjakan lidah. Selain itu, Salted Caramel Milk Tea memberikan perpaduan antara teh hitam dan karamel asin, menciptakan keseimbangan rasa manis dan gurih yang unik. Untuk pilihan yang lebih segar, Yuzu Tea menghadirkan rasa citrus dari buah yuzu Jepang yang memberikan sensasi menyegarkan, sementara Mango Jasmine Tea mengombinasikan teh melati dengan manisnya mangga tropis, menciptakan perpaduan yang ringan dan menyenangkan.

Selain minuman, KyoYu Tea juga menawarkan berbagai camilan dan pastry khas Jepang yang disajikan dengan kualitas terbaik. Mochi, kue beras kenyal dengan berbagai isian kacang menjadi pilihan camilan tradisional yang nikmat. Dorayaki, pancake Jepang

dengan isian anko (pasta kacang merah) yang lembut dan manis, memberikan cita rasa klasik yang disukai banyak orang. Melonpan, roti manis dengan lapisan renyah di bagian luar dan tekstur lembut di dalam, menjadi favorit bagi penggemar pastry Jepang. Dango, bola-bola tepung beras yang disajikan dengan saus manis khas Jepang, memberikan sensasi kenyal dan lezat yang cocok sebagai teman minum teh. Untuk pecinta dessert, Matcha Cheesecake menyajikan perpaduan sempurna antara keju lembut dan rasa matcha yang khas, menciptakan harmoni rasa yang creamy dan sedikit pahit. Japanese Castella Cake, kue bolu khas Jepang dengan tekstur lembut dan rasa manis yang pas, menjadi pilihan tepat bagi mereka yang ingin menikmati kue ringan dengan cita rasa autentik.

Dengan kombinasi menu yang variatif dan berkualitas tinggi, KyoYu Tea menghadirkan pengalaman menikmati teh dan camilan khas Jepang dalam suasana *café* yang nyaman, modern, dan autentik. Setiap produk dibuat dengan bahan-bahan pilihan serta teknik yang memperhatikan detail, sehingga pelanggan dapat merasakan cita rasa Jepang yang sesungguhnya dalam setiap gigitan dan tegukan.

4. Pesaing

KyoYu Tea bersaing dengan beberapa brand minuman berbasis teh yang juga populer di Indonesia, seperti *Gooma Tea Bar* dan *Matcha Bae*. *Gooma Tea Bar* dikenal dengan konsep modern yang mengusung berbagai varian matcha dan hojicha dengan cita rasa khas Jepang, sering dikombinasikan dengan bahan premium seperti fresh milk dan brown sugar. Sementara itu, *Matcha Bae* lebih berfokus pada minuman berbasis matcha dengan konsep yang lebih playful dan branding yang kuat di media sosial. Kedua brand ini memiliki daya tarik masing-masing, namun KyoYu Tea menawarkan keunikan tersendiri dengan menyajikan tidak hanya minuman berbasis teh, tetapi juga aneka

camilan dan pastry khas Jepang dalam suasana *café* yang hangat dan modern, memberikan pengalaman yang lebih lengkap bagi pelanggan.

Tabel 9.1
Analisis Pesaing KyoYu Tea

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<i>Gooma Tea Bar</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menu variatif • Mengutamakan penggunaan bahan baku yang berkualitas tinggi • Terus berinovasi dalam berbagai varian rasa 	<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang di terapkan mahal • Keterbatasan lokasi
Matcha Bae	<ul style="list-style-type: none"> • Minuman dengan kualitas tinggi • Menu minuman dan makanan bervariasi • Memiliki branding cukup baik 	<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang cukup mahal • Ketergantungan pada tren • Pasar yang terbatas

Sumber: KyoYu Tea, 2025

5. Target dan Ukuran Pasar

KyoYu Tea menargetkan berbagai segmen pelanggan yang mencintai minuman berbasis teh serta camilan khas Jepang, mulai dari remaja hingga orang dewasa. Kelompok utama yang menjadi sasaran adalah kalangan remaja dan mahasiswa yang gemar mencoba tren kuliner baru serta mencari tempat nongkrong yang nyaman dan estetik dengan harga terjangkau. Selain itu, pekerja kantoran dan profesional muda yang membutuhkan minuman berkualitas untuk menemani aktivitas sehari-hari juga menjadi bagian dari target pasar. Dengan harga yang kompetitif namun tetap menjaga kualitas, KyoYu Tea menyasar pelanggan dari kelas menengah ke bawah hingga menengah ke atas, yang memiliki daya beli cukup untuk menikmati produk premium tanpa harus mengeluarkan biaya yang berlebihan.

Di sisi lain, KyoYu Tea juga menarik perhatian keluarga yang ingin menikmati pengalaman kuliner khas Jepang bersama anak-anak mereka. Kehadiran berbagai pilihan minuman dan camilan yang lezat serta ramah untuk segala usia membuat *café* ini cocok untuk dijadikan tempat berkumpul. Selain itu, komunitas pecinta budaya Jepang, termasuk penggemar anime, manga, dan kuliner Jepang, juga menjadi salah satu segmen potensial yang dapat dijangkau, mengingat mereka memiliki ketertarikan khusus terhadap makanan dan minuman autentik dari Jepang.

Secara geografis, fokus utama pemasaran KyoYu Tea berada di wilayah DKI Jakarta, terutama di Jakarta Timur, di mana *café* ini berlokasi. Dengan populasi yang padat serta tingkat konsumsi makanan dan minuman yang tinggi, Jakarta Timur menjadi pasar yang strategis bagi bisnis ini. Selain itu, karena tren minuman berbasis teh semakin populer, target pasar KyoYu Tea tidak hanya terbatas pada pelanggan di sekitar Sedayu City, tetapi juga meluas ke pelanggan dari wilayah lain di Jakarta dan sekitarnya yang tertarik untuk mencoba produk berkualitas dengan harga yang bersaing. Dengan cakupan target pasar yang luas dan potensi pertumbuhan yang besar, KyoYu Tea memiliki peluang besar untuk berkembang dan memperluas jangkauannya, baik melalui pemasaran digital, kolaborasi dengan influencer kuliner, maupun ekspansi ke berbagai daerah di masa depan.

6. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran KyoYu Tea dirancang untuk menciptakan pengalaman yang menyeluruh bagi pelanggan, mulai dari produk berkualitas hingga pelayanan yang memuaskan. Dalam hal diferensiasi, KyoYu Tea menonjol dengan menawarkan minuman teh berkualitas tinggi dan camilan Jepang autentik yang sulit ditemukan di tempat lain, namun dengan harga yang tetap terjangkau. Dengan demikian, KyoYu Tea berhasil memenuhi kebutuhan pasar yang mencari kuliner Jepang otentik tanpa harus merogoh

kocek terlalu dalam. Positioning brand ini jelas sebagai destinasi utama untuk menikmati teh dan camilan khas Jepang yang nyaman dan cocok untuk anak muda yang ingin nongkrong atau keluarga yang ingin berkumpul.

Dalam penetapan harga, KyoYu Tea menerapkan strategi kompetitif dengan menyesuaikan harga produk agar tetap terjangkau oleh berbagai kalangan, namun tetap mempertahankan kualitas premium, sehingga memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Hal ini penting dalam membangun loyalitas pelanggan yang dapat merasakan kualitas tanpa merasa terbebani biaya. Untuk saluran distribusi, KyoYu Tea memanfaatkan berbagai platform, termasuk penjualan langsung di kafe, pemesanan melalui layanan online, dan sistem titip jual yang memungkinkan produk dapat diakses di berbagai lokasi tanpa perlu datang langsung ke kafe.

Strategi people berfokus pada pelayanan yang ramah dan cepat, dengan staf yang dilatih untuk memberikan pengalaman pelanggan yang terbaik, baik di kafe maupun dalam layanan pengiriman. Di sisi lain, process memastikan bahwa setiap pesanan disajikan dengan efisien dan tepat waktu, tanpa mengorbankan kualitas, mulai dari persiapan hingga penyajian. Dalam hal *physical evidence*, KyoYu Tea memperkuat citra brand melalui desain kafe yang nyaman dan modern, kemasan produk yang menarik, serta branding yang konsisten dan kuat di media sosial. Melalui kolaborasi dengan influencer kuliner dan pemasaran digital, KyoYu Tea memastikan visibilitas yang tinggi di platform media sosial, menarik perhatian pelanggan baru, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan setia. Dengan strategi pemasaran yang terpadu ini, KyoYu Tea tidak hanya berhasil menarik minat pelanggan, tetapi juga membangun brand awareness yang kuat di pasar lokal.

7. Tim Manajemen

Tim manajemen KyoYu Tea terdiri dari 7 tenaga kerja yang memiliki peran penting dalam menjaga kelancaran operasional kafe dan memastikan pengalaman pelanggan yang optimal. Manajer bertanggung jawab atas pengelolaan keseluruhan operasional, mulai dari perencanaan strategi bisnis, pengawasan keuangan, pengelolaan staf, hingga hubungan dengan pemasok. Manajer juga berfungsi sebagai penghubung antara karyawan dan pemilik, serta bertugas untuk memastikan tujuan jangka pendek dan panjang bisnis tercapai.

Terdapat dua Barista yang bertugas menyiapkan dan menyajikan minuman berbasis teh sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan. Mereka juga bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan area kerja dan memastikan setiap pesanan minuman disiapkan dengan tepat waktu dan sesuai dengan permintaan pelanggan. *Waiter/waitress* berfokus pada pelayanan pelanggan di kafe, melayani pesanan, memberikan informasi terkait menu, serta menjaga kebersihan dan kenyamanan meja pelanggan. Mereka juga berperan penting dalam menciptakan suasana yang ramah dan menyambut pelanggan dengan sikap positif.

Kasir bertanggung jawab untuk transaksi pembayaran, baik secara tunai maupun menggunakan metode pembayaran digital, serta memastikan pencatatan penjualan dilakukan dengan tepat. Kasir juga membantu mengelola inventaris dan memantau stok produk. Di sisi lain, dua *Baker* bertanggung jawab dalam pembuatan camilan dan pastry khas Jepang seperti mochi, dorayaki, melonpan, dan lainnya. Mereka memastikan kualitas bahan baku, rasa, dan penampilan produk yang konsisten serta memproduksi camilan sesuai dengan permintaan.

8. Kelayakan Keuangan

Analisis kelayakan keuangan telah dilakukan untuk menilai apakah bisnis KyoYu Tea layak dijalankan. Evaluasi ini menggunakan tiga metode analisis, yaitu *Payback Period*, *Net Present Value* (NPV), dan *Profitability Index* (PI).

Berdasarkan analisis *Payback Period*, pengembalian modal ditargetkan dalam waktu 5 tahun atau kurang. Dari hasil perhitungan, modal usaha KyoYu Tea diperkirakan dapat kembali dalam 3 tahun 10 bulan 2 hari, yang berarti bisnis ini memiliki prospek investasi yang cepat kembali. Perhitungan *Net Present Value* (NPV) menunjukkan angka positif, yaitu Rp 303.715.541, yang lebih besar dari nol. Hal ini mengindikasikan bahwa bisnis KyoYu Tea berpotensi menghasilkan keuntungan yang baik dan layak untuk dijalankan.

Sementara itu, hasil perhitungan *Profitability Index* (PI) mencapai 2,509, yang berarti $PI > 1$, sehingga bisnis ini dinilai layak untuk dijalankan. Dengan hasil analisis keuangan yang positif, KyoYu Tea memiliki potensi besar untuk berkembang dan memberikan keuntungan yang berkelanjutan.

c) Rekomendasi Visibilitas Usaha

Setelah melakukan analisis kelayakan usaha pada KyoYu Tea, dapat disimpulkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan. Analisis dilakukan menggunakan *Payback Period*, *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), dan *Break Even Point* (BEP).

Hasil dari keempat analisis tersebut menunjukkan bahwa KyoYu Tea memiliki prospek yang baik dan berpotensi menghasilkan keuntungan. Dengan perhitungan yang menunjukkan kelayakan bisnis, KyoYu Tea dapat dijalankan dengan strategi yang tepat untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Tabel 9.2

Rekomendasi Visibilitas Usaha

Kelayakan Investasi & Usaha			
Keterangan	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i>	≤ 5 Tahun	3 Tahun 10 Bulan 2 Hari	Layak
<i>Net Present Value</i>	> 0	303.715.541	Layak
<i>Profitability Index</i>	> 1	2,51	Layak
<i>Break Even Point</i>	Penjualan $>$ BEP	Penjualan $>$ BEP	Layak

Sumber: KyoYu Tea,2025

Berdasarkan tabel 9.2, dapat disimpulkan bahwa usaha *café* KyoYu Tea **layak** untuk dijalankan.