

BAB VI

SIMPULAN

A. Pendahuluan

Usaha jasa penyediaan makanan dan minuman ringan dapat disebut sebagai kafe. Pada awal Maret 2020 munculnya pandemi Covid-19 yang membuat usaha jasa penyediaan makanan dan minuman terkena dampaknya. Agar usaha jasa penyediaan makanan dan minuman dapat tetap berjalan, maka pemerintah menetapkan kebijakan CHSE untuk menjamin kesehatan masyarakat. Masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan untuk makan diluar minimal sekali atau lebih dalam satu hari, makan diluar telah menjadi keseharian masyarakat bukan untuk kebutuhan pokok tetapi untuk tempat bersosialisasi.

Seiring perkembangan zaman yang diikuti dengan pengaruh globalisasi, masyarakat menjadi lebih mudah untuk mendapatkan suatu informasi dan memahami budaya lain melalui media massa, sehingga terciptalah *pop culture* seperti budaya berpakaian, film, musik, hingga makanan dan minuman. Budaya Jepang mulai masuk ke Indonesia pada tahun 1980 dengan memperkenalkan film anime. Di dalam film anime ini terdapat banyak makanan dan minuman khas Jepang yang ditampilkan sehingga membuat masyarakat ingin mencobanya.

Indonesia merupakan produsen dan konsumen penting komoditas kopi yang menempati urutan keempat setelah Brasil, Vietnam dan Kolombia dan menempati urutan ketujuh sebagai konsumen. Kopi yang

dihasilkan oleh Indonesia yaitu kopi jenis robusta dan arabica dengan berbagai jenis *speciality coffee* di Indonesia seperti yang terkenal dikalangan masyarakat yaitu kopi luwak arabika (aceh gayo). Dengan pengkonsumsi kopi terbanyak yaitu terdapat di DKI Jakarta.

Berdasarkan data tersebut maka penulis terdorong untuk mendirikan bisnis *Japanese Coffee Shop* bernama Odaiba (お台場) Coffee yang berfokuskan kepada penjualan minuman berbahan dasar espresso. Odaiba Coffee akan berlokasi di Jalan Kolonel Sugiono blok F No.20 RT12/RW09, Kelurahan Duren Sawit, Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur. Odaiba Coffee beroperasi setiap hari Senin-Minggu pada pukul 10.00 – 22.00.

B. Aspek Pasar dan Pemasaran

Odaiba Coffee telah melakukan analisis permintaan dari penyebaran 150 kuesioner melalui *google forms* untuk mengetahui layak atau tidaknya sebuah usaha dijalankan. Menurut hasil kuesioner, pengunjung Odaiba Coffee dari wilayah Jakarta Timur mayoritas berusia 24 – 32 tahun yang berprofesi sebagai wirausaha dengan pendapatan dan pengeluaran Rp 6.000.000 – Rp 9.000.000 per bulan.

Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden mengunjungi *coffee shop* 2 – 3 kali dalam seminggu dengan waktu 2 – 3 jam, mengeluarkan biaya sebesar Rp 70.000 – Rp 100.000 dalam satu kali kunjungan ke *coffee shop*, Kunjungan ke *coffee shop* bersama teman/rekan yang diketahui melalui media sosial dengan pertimbangan lokasi yang strategis.

Pemasaran yang dilakukan Odaiba Coffee yaitu berupa promosi melalui media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Melakukan promosi dengan mengundang *food blogger/influencer* untuk publikasi mengenai *coffee shop*, dan melakukan promo yang berlaku pada aplikasi jasa layanan *online* seperti *GrabFood*, *GoFood*, dan *ShopeeFood*.

Odaiba Coffee akan memudahkan pelanggan yang datang dengan menerima pembayaran melalui kartu, uang tunai, dan virtual yang mana Odaiba Coffee akan bekerja sama dengan Bank BCA dan Mandiri untuk pembayaran melalui *EDC Machine*, Kerjasama dengan jasa pesan antar makanan online seperti *GrabFood*, *GoFood*, dan *ShopeeFood*, serta Kerjasama dengan *supplier* bahan baku dan pengemasan.

Nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh Odaiba Coffee dalam baur pemasaran yaitu sebesar 0,980 sehingga dapat dikatakan bahwa Odaiba Coffee layak untuk dijalankan.

C. Aspek Operasional

Aktivitas Odaiba Coffee terbagi menjadi dua yaitu aktivitas karyawan dan aktivitas pelanggan. Aktivitas karyawan *Front of The House* meliputi *greet the guest, taking orders and billing, serving, clear up, dan closing*. Aktivitas karyawan *Back of The House* meliputi *arriving, briefing, preparation, inventory, purchasing, receiving, storing, food and beverage production, dishwashing, dan closing*. Aktivitas untuk pelanggan *dine-in* yaitu meliputi *arriving, ordering and payment, picking up order, consuming, dan departing*. Aktivitas untuk pelanggan *take-out service* yaitu

meliputi *arriving, ordering and payment, picking up order*, dan *departing*. Aktivitas secara *online* yaitu meliputi *ordering and payment, arriving, picking up order*, dan *departing*.

Pemilihan lokasi Odaiba Coffee berlokasi di wilayah Duren Sawit dengan melakukan pertimbangan berdasarkan dari beberapa kriteria diantaranya yaitu aksesibilitas, harga sewa, lingkungan, target pasar, dan persaingan.

Odaiba Coffee mempunyai fasilitas seperti *ordering counter, cashier, and bar, dining area, classroom area, kitchen area, storage room, employee area, restroom, janitor*, dan *office room*. Untuk dibidang teknologi, Odaiba Coffee menggunakan *fingerprint machine, POS System*, perangkat elektronik, mesin kasir dan printer, komputer, telepon, *CCTV*, alarm pendeteksi asap, *EDC Machine, Wi-Fi*, dan *audio device*.

D. Aspek Organisasi dan Manajemen Sumber Daya Manusia

Odaiba Coffee mempunyai deskripsi pekerjaan dan spesifikasi pekerjaan jabatan yang dimulai dari komisaris, direktur, manajer, *head chef, supervisor*, akuntan, *barista, baker, host*, dan *cashier* sehingga Odaiba Coffee mempunyai karyawan sebanyak 17 pekerja. Odaiba Coffee beroperasi mulai pukul 10.00 hingga 22.00 setiap hari Senin – Minggu. Pembagian jadwal kerja Odaiba Coffee terbagi menjadi dua *shift* yaitu *morning shift* pukul 10.00 – 19.00 dan *afternoon shift* pukul 19.00- 22.00 dengan waktu 9 jam yang meliputi 8 jam kerja dan 1 jam istirahat dengan dua hari libur dalam seminggu.

Rekrutmen, seleksi, dan orientasi akan diberikan kepada karyawan Odaiba Coffee dan memberikan biaya kompensasi berupa gaji pokok, Tunjangan Hari Raya, Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Hari Tua (JHT), Jaminan Pensiun (JP), Jaminan Kematian (JK), Jaminan Pemeliharaan Kesehatan (JPK), cuti, dan mendapatkan pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan kinerja karyawan.

Bentuk usaha Odaiba Coffee yaitu Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT. Sumber Berkat yang dipimpin oleh komisaris Patrick Benedict dan direktur Patricia Benetta. Odaiba Coffee akan mengurus dokumen yang diperlukan untuk pengajuan nama PT, Akta Pendirian Perseroan Terbatas, Surat Keputusan Pengesahan Badan Hukum, Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP)/Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Tanda Daftar Perusahaan (STDP), Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP), Surat Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak (SPPKP), Nama Perusahaan dan Merek Dagang, dan Surat Departemen Kesehatan.

E. Aspek Finansial

Odaiba Coffee mempunyai kebutuhan dan sumber dana, perkiraan biaya operasional, perkiraan pendapatan usaha, proyeksi neraca, proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, analisis titik impas, penilaian investasi, analisis rasio laporan keuangan dan manajemen risiko. Biaya awal yang dibutuhkan oleh Odaiba Coffee yaitu sebesar Rp1.005.912.913. Sumber dana yang didapatkan yaitu berasal dari 60% modal pinjaman bank atau sebesar Rp

603.547.748 dan 40% modal pribadi atau sebesar Rp402.365.165. *Gross profit margin* Odaiba Coffee pada tahun pertama yaitu sebesar Rp 12.189.307.875 dengan *net income* sebesar Rp 341.417.177. Odaiba Coffee mempunyai *Break Even Point (BEP)* sebesar 89%. Berdasarkan dari penilaian tersebut, *payback period* Odaiba Coffee yaitu selama 1 tahun 7 bulan.

