

BAB VI

KESIMPULAN

A. Pendahuluan

Pariwisata selalu mengalami perkembangan, didukung dengan tingkat kebutuhan konsumen. Perkembangan juga terjadi pada bidang makanan dan minuman. Setiap manusia memiliki kebutuhan utama yang harus dipenuhi didalam kehidupannya. Makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi manusia didalam kehidupan sehariannya.

Menurut data statistik, Tangerang memiliki peningkatan jumlah penduduk sejak akhir tahun. Hal ini membuat Tangerang bisa menjadi tempat dibukanya usaha Happy Chiffon. Selain itu, disekitar daerah yang dipilih yaitu Ruko South Goldfinch terdapat permukiman, universitas dan lainnya yang memiliki potensi pelanggan yang tinggi. Chiffon cake sendiri merupakan kue yang tergolong simple dan memiliki tampilan yang datar.

Happy Chiffon merupakan sebuah cakery cafe yang secara khusus menawarkan chiffon dengan rasa dan tampilan yang kekinian.

B. Aspek Pasar dan Pemasaran

Untuk mengukur tingkat kelayakan usaha Happy Chiffon, dilakukan pengumpulan data baik secara primer maupun sekunder. Sebagai data pendukung, telah disebarkan kuesioner dengan hasil

responden sebanyak 179 responden. Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden memiliki rentan usia sekitar 21 tahun hingga 25 tahun, dengan mayoritas responden berjenis kelamin pria, namun Happy Chiffon juga menargetkan wanita sebagai targer pasar. Mayoritas dari responden tersebut sendiri berprofesi sebagai pelajar/ mahasiswa. Target pasar Happy Chiffon sendiri adalah penduduk maupun masyarakat yang berdomisili didaerah Gading Serpong dan sekitarnya. Diluar dari target pasar yang dimiliki Happy Chiffon, produk yang disediakan merupakan produk yang cocok dan aman untuk dikonsumsi segala kalangan usia.

Berdasarkan dari hasil kuesioner, mayoritas responden dapat melakukan kunjungan ke *cakery cafe* sebanyak 1 hingga 2 kali dalam waktu 1 minggu. Selain itu, setiap pengunjung biasa menghabiskan waktu rata rata 30 menit hingga 60 menit dalam melakukan setiap kunjungan, serta juga memiliki rata rata pengeluaran Rp50.000 hingga Rp100.000.

Happy Chiffon melakukan pemasaran dengan mencetak kartu nama, serta brosur. Mengikuti perkembangan zaman, Happy Chiffon juga melakukan promosi melalui media digital. Happy Chiffon membuat promosi dengan bekerja sama dengan para *food vlogger* Instagram Ads.

Dalam mendukung transaksi para pelanggan, Happy Chiffon menyediakan beberapa media pembayaran. Happy Chiffon bekerja sama dengan bank untuk mendapatkan mesin EDC agar para pengunjung dapat melakukan pembayaran dengan menggunakan kartu debit maupun kredit. Happy Chiffon juga bekerja sama dengan OVO, GoPay untuk pembayaran

virtual sehingga memudahkan para pelanggan untuk melakukan transaksi. Serta, Happy Chiffon juga menyediakan media pembayaran melalui QRIS.

C. Aspek Operasional

Happy Chiffon menyediakan berbagai fasilitas dengan tujuan untuk mendukung kegiatan operasional. Happy Chiffon memiliki fasilitas *dining area, display, order, cashier counter, kitchen area, dishwashing area, office room, storage room, locker room, restroom*, dan *janitor*. Mengikuti perkembangan zaman, Happy Chiffon juga menggunakan beberapa teknologi untuk mendukung kegiatan operasional seperti mesin kasir, POS System, tablet, laptop, CCTV, mesin EDC, WiFi, *fingerprint machine*, dan lain lain.

Happy Chiffon sendiri memiliki luas bangunan $80m^2$ dengan ukuran 5m x 16m dengan 2 lantai. Happy Chiffon sendiri memiliki kapasitas menampung pengunjung sebanyak 37 pengunjung *dine in*. Pertimbangan pemilihan lokasi sendiri dilakukan dengan melakukan penilaian terhadap wilayah sekitar dan perbandingan dengan wilayah sekitar ruko lainnya berdasarkan beberapa aspek mulai dari aksesibilitas, harga sewa, target pasar, dan fasilitas.

D. Aspek Organisasi dan Manajemen Sumber Daya Manusia

Pada Aspek organisasi, Happy Chiffon membuat deskripsi dan spesifikasi terhadap setiap kedudukan sesuai dengan tanggung jawab yang dimiliki mulai dari manajer restoran, *Baker, pastry chef*, Server, kasir, hingga *steward*. Total karyawan yang dimiliki Happy Chiffon

sendiri adalah 9 orang, namun jika kegiatan operasional mengalami perubahan jumlah dari karyawan ini memiliki kemungkinan mengalami penambahan maupun pengurangan sesuai dengan kegiatan operasional. Happy Chiffon sendiri membagi jam kerja menjadi 2 shift yaitu *shift* pagi dan *shift* siang dengan waktu jam kerja selama 9 jam dengan 1 jam waktu istirahat untuk setiap karyawan. Setiap karyawan juga akan bekerja selama 5 hari dalam waktu 1 minggu. Happy Chiffon sendiri memiliki jam operasional mulai dari pukul 10.00 hingga pukul 22.00 dengan total 12 jam operasional mulai dari hari Senin hingga Minggu.

Happy Chiffon sendiri memberika gaji para karyawan sesuai dengan ketentuan UMR Provinsi Banten serta sesuai dengan tanggung jawab dan pekerjaan para karyawan. Setiap karyawan juga didaftarkan kedalam BPJS yang mencakup jaminan kesehatan, jaminan kecelakaan kerja, jaminan hari tua, jaminan pensiun, dan jaminan kematian. Happy Chiffon sendiri merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidan *food and beverages* dan bergerak dibawah PT Tamong Cipta Mandiri. Untuk mendukung kelancaran kegiatan operasional, Happy Chiffon juga menggunakan jasa notaris untuk melengkapi dan mengurus semua kebutuhan legal yang diperlukan mulai dari pengajuan nama Perseroan Terbatas, akta pendirian perseroan terbatas, Surat Keterangan Domisili Perusahaan, Nomor Pokok Wajib Pajak, Surat Izin Usaha Perdagangan, Tanda Daftar Perusahaan, Berita Negara Republik Indonesia, Surat Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak, Tanda Daftar Usaha Pariwisata,

Sertifikasi dari Departemen Kesehatan, dan pendaftaran hak merek dagang dan logo.

E. Aspek Finansial

Happy Chiffon membutuhkan investasi awal sebesar Rp 561.456.772, dan dana tersebut akan didapatkan melalui dana pribadi sebesar Rp 280.728.386 atau sebesar 50% dan modal yang berasal dari pinjaman bank sebesar Rp 280.728.386 atau sebesar 50%.

Happy Chiffon sendiri berasumsi memiliki jumlah pelanggan sebanyak 20% atau sebanyak 15.257 pada tahun pertama. Biaya operasional yang diperlukan Happy Chiffon sebesar Rp 1.122.622.370 yang terdiri dari *cost of goods sold (COGS), rent expense, compensation, social security program, PAR insurance, utilities, depreciation & amortization, orientation & training, promotion & programming, repair & maintenance, corporate social responsibility.*

Pada tahun pertama, Happy Chiffon diperkirakan memperoleh laba kotor sebesar Rp 1.153.520.023 sebelum dikurangi dengan biaya operasional, bunga dan *tax*. Jika dikurangi dengan biaya operasional maka, pendapatan sebelum bunga dan *tax* adalah sebesar Rp 354.205.730, dengan biaya operasional sebesar Rp 799.314.293. Setelah dikurangi dengan biaya bunga dan *tax* pendapatan yang dimiliki oleh Happy Chiffon sendiri adalah sebesar Rp 239.569.913. Happy Chiffon sendiri memiliki kewajiban membayar bunga sebesar Rp 21.469.992 dan pajak sebesar Rp 93.166.077 atau 28%. Jumlah

penghasilan ini sendiri dapat mengalami perubahan sesuai dengan perubahan tingkat inflasi dan PDRB yang dimiliki provinsi Banten.

Pada tahun pertama, Happy Chiffon memiliki nilai total *cash inflow* sebesar Rp 1.425.371.174 serta memiliki nilai total *cash outflow* sebesar Rp 1.130.713.786. Jika dikurangi maka, Happy Chiffon memiliki *net cash flow* sebesar Rp 294.657.388. Berdasarkan hasil olah data, Happy Chiffon juga akan mengalami *payback period* selama 2 tahun 4 bulan 20 hari, sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa usaha Happy Chiffon layak untuk dijalankan karena dapat memberikan keuntungan bagi pemegang saham.

