

BAB VI

SIMPULAN

Meningkatnya populasi masyarakat Indonesia membuat adanya peningkatan pada permintaan makanan dan minuman yang semakin beragam. Salah satu tingkat pengeluaran mingguan terbesar pada kelompok makanan dan minuman adalah kelompok es lainnya. Indonesia merupakan negara yang memiliki iklim tropis dan cuaca yang panas, tak terkecuali Kota Jakarta. Akibat cuaca di Jakarta yang terik, seringkali masyarakat merasakan efek dahaga saat beraktifitas di luar ruangan. Efek dahaga tersebut cenderung membuat masyarakat menginginkan sesuatu yang dingin dan segar. Salah satu hidangan yang memenuhi kategori tersebut adalah es serut. Salah satu kategori es serut yang paling populer adalah *kakigōri*. Maka dari itu, *kakigōri* yang merupakan *dessert* khas Jepang, dipilih sebagai jenis makanan yang ingin dijual. Sekka Japanese Dessert House merupakan sebuah *dessert shop* dengan konsep *dessert house* dimana pelanggan dapat menikmati hidangan *dessert* yang dipesan secara langsung dan tentunya menjual beberapa *dessert* khas Jepang lainnya. Dessert house ini didirikan di daerah Pantai Indah Kapuk 2, Jakarta Utara dimana dipilih karena pertumbuhan industri makanan dan minuman disana sangat pesat dan meningkat secara stabil sehingga meningkatkan peluang didirikannya Sekka Japanese Dessert House. Berikut adalah aspek-aspek yang dipertimbangkan dalam pendirian Sekka Japanese Dessert House.

A. Aspek Pasar dan Pemasaran

Sekka Japanese Dessert House membagikan kuesioner yang terdiri dari 31 indikator pertanyaan kepada 207 responden untuk mengetahui bagaimana kondisi pasar serta profil dan keinginan calon pelanggan terhadap fasilitas dan baur pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, paket, program, dan kerja sama yang akan dilakukan oleh Sekka Japanese Dessert House. Uji mean frekuensi dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan konsisten, stabil, dan menggunakan teknik yang tepat. Berdasarkan uji mean frekuensi yang dilakukan, seluruh indikator pertanyaan yang digunakan Sekka Japanese Dessert House memiliki mean diatas 5 yang berarti mayoritas responden setuju dan sangat setuju dengan fasilitas dan baur pemasaran yang dimiliki Sekka Japanese Dessert House.

Analisis pesaing langsung dan tidak langsung dilakukan untuk mengetahui siapa saja kompetitor dari Sekka Japanese Dessert House sehingga Sekka Japanese Dessert House dapat memberikan konsep dan produk yang membedakan perusahaan dengan perusahaan lain. Analisis *SWOT* dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan Sekka Japanese Dessert House serta mengetahui peluang dan ancaman bagi Sekka Japanese Dessert House sehingga Sekka Japanese Dessert House dapat menciptakan strategi yang tepat dalam menghadapi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. *Five Forces Porter* dianalisis oleh Sekka Japanese Dessert House untuk lebih mengenal industri makanan dan minuman yang akan dimasuki oleh Sekka Japanese Dessert House.

Sekka Japanese Dessert House melakukan analisis segmentasi, posisi, dan target untuk dapat lebih mengenal calon pelanggan Sekka Japanese Dessert House. Segmentasi pelanggan Sekka Japanese Dessert House adalah pelanggan yang merupakan penikmat maupun bukan penikmat *kakigōri* yang tertarik untuk mencoba *kakigōri* dengan rasa buah-buahan, teh, dan rasa yang tidak umum ditawarkan di pasaran selama lebih dari satu jam dan lebih dari satu kali dalam satu minggu baik bersama teman, pasangan, ataupun keluarga. Target utama Sekka Japanese Dessert House adalah perempuan berusia 20-24 tahun dengan penghasilan Rp6.000.000-Rp8.000.000 yang berdomisili di Jakarta Utara dan berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dan pegawai swasta/sipil. Selain itu, rutin mengunjungi *dessert shop kakigōri* 1-2 kali sebulan dengan mengeluarkan Rp50.000-Rp100.000 dalam satu kali kunjungan. Posisi Sekka Japanese Dessert House adalah menggunakan diferensiasi yang menjual jenis *kakigōri* dengan produk *signature* yang merupakan *kakigōri* dengan rasa yang unik dan tidak umum dipasaran.

Dalam baur pemasaran, Sekka Japanese Dessert House menjual produk makanan yang terbagi menjadi beberapa bagian yaitu The Classic *Kakigōri*, Sekka Signature *Kakigōri*, *side desserts*, dan berbagai minuman. Dalam harga, Sekka Japanese Dessert House menggunakan *profit-oriented pricing* dimana Sekka Japanese Dessert House mengutamakan pendapatan keuntungan yang maksimal. Selain itu, Sekka Japanese Dessert House juga menggunakan *status-quo pricing* dimana perusahaan berusaha menyamakan harga jual kompetitor sehingga dapat bersaing secara kompetitif. Distribusi Sekka Japanese Dessert House menggunakan langsung dan tidak langsung yaitu menerima pelanggan

dine in, take away, dan delivery. Promosi yang digunakan Sekka Japanese Dessert House berupa iklan, upselling, diskon *grand opening*, memberikan kaos dan *tote bag* berlogo Sekka Japanese Dessert House, dan melakukan kegiatan sosial. Karyawan Sekka Japanese Dessert House juga dilatih untuk memiliki kualitas pelayanan yang baik mulai dengan berpenampilan rapi dan menarik, melayani dengan konsisten dan tepat, melayani dengan cepat tanggap, memiliki pengetahuan akan produk dan perusahaan, dan memiliki empati terhadap pelanggan. Sekka Japanese Dessert House juga menawarkan beberapa paket yaitu Taiyaki Set dan Date Set. Program yang diadakan Sekka Japanese Dessert House seperti diskon hari gajian, pemberian *kakigōri* gratis dan pemberian *mochi ice cream* gratis sesuai dengan syarat dan ketentuan yang diberlakukan. Sekka Japanese Dessert House juga melakukan kerja sama dengan pemasok, perusahaan *e-wallet* untuk memudahkan proses pembayaran, dan perusahaan pesan-antar *online* seperti *GoFood*, *GrabFood*, dan *ShopeeFood*.

B. Aspek Operasional

Dalam aspek operasional, terdapat beberapa proses yang perlu dijalani oleh pelanggan dan karyawan Sekka Japanese Dessert House. Untuk pelanggan, terdapat *customer sequence* untuk *dine in, take away, dan delivery*. Untuk karyawan, terdapat *service sequence* untuk *melayani dine in, take away, dan delivery*. Terdapat juga *production sequence* untuk karyawan *kitchen* dan *bar* dalam memproduksi makanan maupun minuman yang dipesan oleh pelanggan. Sekka Japanese Dessert House memiliki fasilitas untuk mendukung

operasional bagi karyawan maupun pelanggan seperti area parkir, area hostess, area makan, area dapur, area *bar*, area *pick up*, area penyimpanan, toilet, ruang loker, dan ruang kantor.

Sekka Japanese Dessert House terdiri dari tempat lantai dengan dining area pada lantai satu hingga tiga dan *kitchen*, *storage*, serta *office* berada pada lantai empat. Kapasitas Sekka Japanese Dessert House adalah 70 kursi. Luas *dining area* lantai satu adalah 39,09 m², lantai dua dan lantai tiga adalah 42,9 m². Sehingga total luas *dining area* adalah 124,89 m².

Sekka Japanese Dessert House melakukan analisis antara tiga lokasi yaitu, PIK, Muara Karang, dan Pluit dalam hal demografis, visibilitas, aksesibilitas, jumlah pelanggan potensial, dan biaya sewa. PIK memiliki bobot nilai paling tinggi dibandingkan dengan kedua lainnya sehingga Sekka Japanese Dessert House berlokasi di Ruko Golf Island PIK 2, Jakarta Utara. Dalam memperlancar operasional Sekka Japanese Dessert House, beberapa teknologi digunakan, seperti *CCTV*, *POS system*, internet, absensi *fingerprint*, pendingin ruangan, pengeras suara, komputer dan printer.

C. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Dalam merekrut karyawan, Sekka Japanese Dessert House melakukan penentuan deskripsi pekerjaan dan spesifikasi yang diperlukan dari jabatan yang ada agar sesuai dengan kualitas pelayanan yang ingin diberikan oleh Sekka Japanese Dessert House kepada pelanggan. Dalam struktur organisasi, Sekka Japanese Dessert House dipimpin oleh komisaris yaitu Kristy Makinto yang dibawah oleh Klara Jane Makinto sebagai direktur.

Kemudian diteruskan dengan *manager, head pastry chef, sales & marketing,* dan *finance manager* yang bertanggung jawab langsung kepada direktur. *Manager* mengurus segala kegiatan operasional restoran dan menjadi atasan dari *supervisor, server/hostess,* dan *barista*. *Head pastry chef* mengurus segala kegiatan operasional di *pastry kitchen* dan menjadi atasan dari *pastry cook* dan *steward*. Terakhir, *finance manager* menjadi atasan dari *accountant* dan *cashier*.

Sekka Japanese Dessert House akan melakukan perekrutan secara eksternal untuk 23 karyawan menggunakan cara *advertising*. Karyawan Sekka Japanese Dessert House bekerja dengan tiga shift dimana setiap karyawan akan bekerja selama delapan jam dan satu jam istirahat selama lima hari dalam seminggu. Setiap karyawan akan mendapatkan kompensasi dalam bentuk gaji, tunjangan hari raya, tips, jaminan sosial dan kesehatan, dan pengambilan cuti. Dalam melatih dan mengembangkan kemampuan karyawan, Sekka Japanese Dessert House mengadakan program seperti pelatihan orientasi, pelatihan pelayanan, pelatihan produksi, dan *team building*.

Sekka Japanese Dessert House berada di bawah naungan PT. Sekka Food Indonesia. Dalam memenuhi pembentukan badan usaha tersebut, terdapat berbagai peraturan pemerintah yang harus dipatuhi yaitu pengajuan nama dan akta perseroan, surat keputusan pengesahan, SKDP, SIUP, NPWP, SPPKP, hak merek dan paten, TDUP, sertifikat laik sehat, izin gangguan, TDP, dan BNRI. Untuk memenuhi segala peraturan diatas, dibutuhkan waktu dan dokumen-dokumen penting untuk kelancaran dan pemenuhan surat-surat tersebut.

D. Aspek Keuangan

dalam membuka bisnis investasi modal awal merupakan faktor yang sangat penting. Investasi modal awal yang dibutuhkan oleh Sekka Japanese Dessert House adalah sebesar Rp2.074.874.485 dimana dibagi menjadi dua sumber dana yaitu 27% Rp550.000.000 sumber dana pribadi dan 73% Rp1.524.874.485 pinjaman bank. Investasi modal awal terdiri dari biaya renovasi, peralatan, perlengkapan, biaya pre-operasional, asuransi *PAR*, inventaris awal, dan *cash on hand*. Biaya operasional yang dibutuhkan oleh Sekka Japanese Dessert House adalah sebesar Rp4.502.797.228 yang terdiri dari *COGS*, sewa, kompensasi, jaminan sosial dan kesehatan, asuransi *PAR*, utilitas, depresiasi dan amortisasi, pelatihan dan pengembangan, promosi dan pemrograman, pemeliharaan dan perbaikan, dan kegiatan sosial.

Pendapatan usaha Sekka Japanese Dessert House dengan asumsi 17% pada tahun pertama adalah kira-kira sebesar Rp5.198.013.699 dimana dipengaruhi oleh jumlah kursi, *turnover*, dan *PDRB* serta inflasi. Dalam neraca, Sekka Japanese Dessert House memiliki total aktiva sebesar Rp2.074.874.485 yang terdiri dari aktiva lancar, tetap, dan tidak berwujud. Total liabilitas dan ekuitas sebesar Rp2.074.874.485 yang terdiri dari jangka pendek dan jangka panjang. Maka dari itu, neraca Sekka Japanese Dessert House dikatakan seimbang dikarenakan total aktiva sama dengan total liabilitas dan ekuitas.

Dalam laporan laba rugi, Sekka Japanese Dessert House pada tahun pertama mendapatkan penghasilan setelah pajak sebesar Rp449.479.754 setelah laba kotor yang dikurangi dengan biaya operasional, pajak, bunga, dan

diskon. Dalam arus kas, Sekka Japanese Dessert House memiliki arus kas bersih sebesar Rp717.049.823 pada tahun pertama. Dalam *BEP*, Sekka Japanese Dessert House akan mencapai *BEP* pada Rp4.523.931.798 yaitu pada 87%. Dalam penilaian investasi, *IRR* Sekka Japanese Dessert House adalah 47,35% dimana lebih besar dari *WACC* yaitu 5,48% sehingga Sekka Japanese Dessert House layak untuk didirikan. Periode pengembalian Sekka Japanese Dessert House adalah 2 tahun 8 bulan 29 hari dengan *profitability index* sebesar 5,95. *Net Present Value* Sekka Japanese Dessert House sebesar Rp12.343.430.749, maka Sekka Japanese Dessert House dikatakan layak.

Sekka Japanese Dessert House juga melakukan analisis rasio baik dalam bentuk rasio likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, aktivitas, operasional, dan restoran. Selain itu, Sekka Japanese Dessert House juga membentuk manajemen risiko dalam menghadapi berbagai aspek yang mungkin terjadi dimana dapat memberikan dampak negatif bagi Sekka Japanese Dessert House.