

## BAB VI

### SIMPULAN

#### A. Pendahuluan

Di zaman pasca pandemi ini, kudapan merupakan salah satu kegemaran baru masyarakat Indonesia karena mengonsumsi kudapan dapat mengisi waktu luang dan menghilangkan rasa bosan. Dengan meningkatnya konsumsi kudapan membuat banyaknya produk kudapan baru yang bermunculan.

Salah satu kudapan yang paling terkenal oleh masyarakat Indonesia adalah donat dibuktikan dengan berkembangnya produk donat dan yang terbaru saat ini adalah donat Yunani. Donat Yunani masuk ke Indonesia pada tahun 2019 dengan *brand* bernama Lukumades asal Australia. Lukumades berhasil membuat pasar baru donat Yunani di Indonesia terbukti dengan masuknya donat Yunani ke dalam beberapa artikel mengenai makanan yang sedang terkenal pada tahun 2021. Pada awalnya donat Yunani bersaus madu dengan *topping* dengan kacang kenari dan bubuk kayu manis. Namun, di zaman sekarang ini donat Yunani divariasikan dengan saus modern seperti *peanut butter*, *green tea*, dan masih banyak lainnya.

Dari hasil survei yang dilakukan peneliti pada gagasan masih terdapat 6,7% yang tidak menyukai saus modern dan 93,3% berminat untuk mencoba donat Yunani dengan saus Indonesia. Berdasarkan artikel dan survei tersebut peneliti tertarik untuk membuat KisahLuku yaitu produk donat Yunani bersaus Indonesia dengan dua konsep penjualan yaitu *offline take away* dan *online kerja*

sama dengan aplikasi pesan antar. Nama KisahLuku menggunakan dua kata Kisah dalam bahasa Indonesia yaitu cerita dan Luku yaitu Lukumades atau donat Yunani dengan tujuan untuk menciptakan cerita baru perpaduan Indonesia dan Yunani bagi para penikmat kudapan yang pastinya akan berkesan.

## **B. Aspek Pasar dan Pemasaran**

Pada analisis permintaan KisahLuku menggunakan kuesioner sebagai dasar penentuan permintaan pasar donat Yunani. KisahLuku juga menggunakan observasi lapangan sebagai sumber tambahan permintaan pasar. Dari hasil kuesioner dan hasil observasi lapangan terdapat permintaan pasar donat Yunani di kalangan usia produktif.

Pada analisis penawaran KisahLuku menggunakan analisis SWOT dan analisis porter untuk melihat pesaing langsung dan tidak langsung yang dimiliki KisahLuku. Hasil yang didapatkan KisahLuku melalui kedua analisis tersebut yaitu terdapat pesaing langsung yaitu *outlet* donat Yunani dan pesaing tidak langsung yaitu *outlet* kudapan lainnya, namun dengan adanya diferensiasi produk menjadi salah satu keunggulan dari KisahLuku yaitu saus Indonesia.

## **C. Aspek Operasional**

KisahLuku memiliki dua aktivitas utama yaitu produksi dan pelayanan. Untuk produksi KisahLuku terbagi menjadi produksi makanan dan minuman mulai dari pembelian kepada *supplier* hingga pembuatan produk sebelum diberikan kepada pelanggan. Aktivitas pelayanan KisahLuku terbagi menjadi dua

pelayanan *offline take away* melalui *outlet* dan *online* melalui aplikasi pesan antar.

KisahLuku memiliki empat *outlet take away*. Dasar penentuan empat outlet KisahLuku agar pendapatan yang diterima lebih besar sehingga pengembalian modal usaha akan lebih cepat juga. Selain itu, empat outlet KisahLuku tersebar di wilayah DKI Jakarta, guna melihat potensi pasar di masing – masing wilayah tersebut yaitu berlokasi di Pos Bloc, Crumble Crew, Mall Kelapa Gading 3, dan Mall Neo Soho. Lokasi tersebut dipilih karena strategis dan mudah dijangkau oleh calon pelanggan.

#### **D. Aspek Organisasional**

KisahLuku merupakan sebuah usaha milik PT. Kisah Camilan yang memiliki dua orang pemilik yaitu Jessica Novita sebagai pemegang saham utama dan Larissa Novita sebagai pemegang saham dan pengelola. KisahLuku juga memiliki karyawan yaitu satu manajer dan 16 *outlet crew* yang terdiri dari delapan *koki* dan delapan *kasir* dengan jam kerja masing – masing pekerja selama tujuh jam dalam satu hari. Semua karyawan KisahLuku memiliki pendapatan dengan standar gaji pokok sesuai dengan Upah Minimum Regional (UMR), mendapatkan Tunjangan Hari Raya (THR) yang akan setara dengan satu bulan gaji pokok, dan jaminan atau asuransi berupa BPJS. KisahLuku juga akan memastikan setiap karyawannya berkompeten dengan memberikan pelatihan dan pengembangan setiap dua bulan sekali.

#### **E. Aspek Keuangan**

Untuk membuat usaha KisahLuku di perlukan modal awal sebesar Rp 1.157.108.880 yang terdiri atas 60% pinjaman *bank* dan 40% modal pribadi dengan bunga 7,42% per tahun. KisahLuku juga memiliki perkiraan penjualan sebesar Rp 3.306.601.976 di tahun pertama. Berdasarkan semua perhitungan pada analisis finansial, jangka waktu pengembalian modal KisahLuku selama 1 tahun 4 bulan 21 hari. Dengan begitu, bisnis KisahLuku dapat dikatakan layak untuk dijadikan suatu bisnis.

