

## BAB VI

### KESIMPULAN

#### A. Pendahuluan

Teh sudah menjadi bagian dari budaya hidup sebagian besar masyarakat di dunia sejak dahulu. Permintaan pasar terhadap produk ini akan terus ada, mengingat khasiat dan manfaat yang bisa didapatkan dengan mengonsumsi daun teh. Memiliki kondisi geografis yang tepat menjadikan Indonesia sebagai salah satu pemasok teh terbesar di dunia. Banyaknya varian produk teh di Indonesia menunjukkan kegemaran masyarakat dalam menikmati teh. Tersedianya permintaan pasar dan kondisi geografis yang mendukung menunjukkan bahwa produk teh Indonesia memiliki peluang pasar yang cukup luas.

Masyarakat yang berada di usia produktif sering kali mengalami rasa penat atau yang disebut sebagai *burnout* akibat dari rutinitas monoton atau beban kerja yang berlebih. Melihat kondisi ini penulis tergerak untuk menyediakan sebuah tempat dalam bentuk usaha kedai teh bernama Restea Area dimana masyarakat bisa “Berhenti Sejenak” dari hiruk pikuk kepenatan sehari-hari. Dengan khasiat, manfaat, dan efek yang diberikan oleh teh, disini masyarakat dapat menenangkan diri dengan menyeduh teh dan melakukan aktivitas kreatif yang dapat membantu mengurangi stres.

Melihat target pasar yang dituju, sebagian besar merupakan masyarakat dengan aktivitas padat maka bangunan Kedai Teh - Restea Area berlokasi di di Jl. Kemang VI, RT.12/RW.2, Bangka, Kec. Mampang Prpt., Kota Jakarta Selatan berdekatan dengan area perkantoran. Kelayakan dari usaha ini

dianalisis dengan menggunakan studi yang meliputi beberapa aspek, yaitu *market, operational and organizational*, dan *financial analysis*. Aspek analisis studi kelayakan bisnis menggunakan *Business Model Canvas* yang meliputi sembilan elemen. Sembilan elemen merupakan langkah-langkah untuk menentukan aktivitas yang perlu dilakukan agar bisnis yang dibuat, disusun dan dikembangkan, diprediksi dapat membantu pencapaian target bisnis. Data analysis menggunakan sumber data primer (observasi dan wawancara) serta data sekunder yang bersumber dari buku, jurnal, situs website, dan lainnya.

## **B. Aspek Pasar & Pemasaran**

Analisis akan dinilai berdasarkan permintaan pasar (*demand*) dan penawaran yang dapat diberikan (*supply*) dengan sumber data utama data primer yaitu hasil observasi dan wawancara penulis. Observasi dilakukan pada tiga tempat yang memiliki bentuk usaha serupa, yaitu kafe Dia.lo.gue, Pantjoran Tea House, dan Lewis and Carrol Tea House. Sedangkan untuk wawancara dilakukan dengan beberapa pihak seperti penyewa bangunan dan karyawan usaha terkait. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, maka target pasar dari Kedai Teh – Restea Area adalah pria dan wanita dengan usia berkisar 22 – 45 tahun dengan profesi pekerja kantoran yang berdomisili di Jakarta Selatan.

Jika dibandingkan dengan produk kopi, jumlah penggemar teh masih relevan sedikit. Melihat hal tersebut tujuan pembangunan usaha Kedai Teh – Restea Area juga untuk membantu membesarkan dan menaikkan budaya minum teh di masyarakat terlebih produk teh lokal. Pada area Jakarta Selatan terdapat beberapa kompetitor langsung dan tidak langsung yang menyajikan minuman

teh namun secara menyeluruh usaha kedai teh atau *tea house* belum terkonsentrasi. Melihat peluang tersebut penulis dapat melihat kesempatan usaha Restea Area untuk berkembang.

Pengunjung dapat menikmati beberapa produk utama berupa minuman teh dan makanan pendamping serta minuman lainnya dengan harga berkisar Rp.10.000 – Rp.99.500 dan *omakase service* dengan harga Rp. 115.000. Selain itu, pengunjung juga dapat mengikuti *pottery workshop* untuk membuat *teacup* dengan harga Rp. 95.000 dan *teapot* dengan harga Rp. 165.000. Setelah melakukan analisis, harga makanan dan minuman yang ditawarkan tergolong *standard* dan untuk *workshop* tergolong murah dibandingkan dengan kompetitor lainnya yang berada di Jakarta Selatan.

Pemasaran internal dilakukan dengan melakukan publikasi pada media sosial dan memberikan tiga macam potongan harga berupa diskon seperti *grand opening discount*, *pottery discount*, *anniversary discount* dengan syarat dan ketentuannya masing – masing. Sedangkan untuk pemasaran eksternal dilakukan dengan menyewa *influencer* untuk membantu mempromosikan ataupun pelanggan kedai teh yang datang.

### **C. Aspek Operasional**

Agar alur kegiatan dapat lebih terarah, maka setiap pihak dapat mengikuti alur aktivitas sesuai dengan *Standard Operation Procedure* yang telah ditentukan. Aktivitas operasional Restea Area terbagi menjadi aktivitas karyawan dan pelanggan dengan masing – masing operasional ditunjang oleh fasilitas dan teknologi yang tersedia.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik bangunan *traffic* pada jalan utama kedai teh berada di beberapa waktu tertentu. Dan berlokasi dekat dengan perumahan maka setiap paginya banyak pejalan kaki yang melewati daerah tersebut. Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka Restea Area dapat menggunakan peluang untuk membuka kedai teh dari jam 07.30 untuk menarik pelanggan yang ingin membeli sarapan dan tutup pada pukul 20.30 setelah jam pulang kantor.

#### **D. Aspek Organisasional dan Sumber Daya Manusia**

Kedai Teh - Restea Area berada di bawah naungan PT. Sinar Mentari dengan dua pemegang saham yaitu William Stanley sebagai komisaris dan Annastasia Jessica Wirya sebagai direktur. Selain menjadi pemegang saham, operasional Restea Area akan dikelola langsung oleh Annastasia Jessica sebagai direktur utama.

Restea Area merupakan suatu usaha yang bergantung langsung dengan peran sumber daya manusia yang terlibat. Jumlah karyawan Restea Area adalah 30 orang yang mencakup karyawan tetap dan karyawan paruh waktu. Dalam bentuk apresiasi dan upaya untuk menjaga kesejahteraan dan kenyamanan karyawan, maka setiap bulannya karyawan akan mendapatkan gaji sebesar Upah Minimum Provinsi DKI Jakarta. Tunjangan Hari Raya, bonus, dan asuransi pada BPJS Ketenagakerjaan. Kedai Teh Restea Area akan beroperasi setiap hari selama tujuh hari dalam satu minggu dengan jam operasional 07.30 – 20.30. Karyawan terdiri dari pekerja paruh waktu dan karyawan tetap dengan 5 hari kerja dan 2 hari libur. Dengan setiap jam kerja operasional dibagi

menjadi dua *shift* (*morning* dan *afternoon*) dengan jam kerja selama delapan jam dengan satu jam istirahat.

#### **E. Aspek Finansial**

Secara finansial pembangunan usaha Kedai Teh – Restea Area dapat dinyatakan menguntungkan. Dengan investasi awal sebesar Rp.1.121.216.601, modal digunakan dari modal pribadi dan pinjaman bank yang dibagi rata yaitu 50%. Dengan produk, program, dan strategi yang disusun dapat memberikan modal kembali dalam 1 tahun 7 bulan 29 hari dengan *Break Even Point* terhadap sales pada tahun pertama menguntungkan sebesar 98% atau senilai Rp. 3.405.903.406. Dan menggunakan beberapa analisis finansial *gross profit margin* pada tahun pertama mencapai 77.04% dan nilai *net profit margin*, ROA, serta ROK yang terus meningkat pada tahun berikutnya dengan rata – rata kenaikan diatas 50%. Dengan investasi tersebut Restea Area bisa mendapatkan nilai IRR sebesar 98,84%, dimana nilai tersebut melebihi nilai WACC (5,27%) sehingga dapat dinyatakan layak. Dan mencapai nilai 20,79 pada *profitability index* yang mana memiliki nilai 1. Berdasarkan penilaian analisis pada aspek finansial maka pembangunan usaha Kedai Teh – Restea Area dapat dinyatakan layak dan menguntungkan.