

BAB VI

SIMPULAN

Perkembangan bisnis penyedia makanan dan minuman di Indonesia saat ini bertumbuh dengan pesat, dan beberapa jenis restoran yang berkembang dengan pesat di Indonesia saat ini adalah *café* dan *coffee shop*. Faktor ini dipengaruhi dengan tingkat konsumsi kopi yang tinggi oleh masyarakat Indonesia yang disebabkan oleh perubahan kebiasaan konsumen yang senang nongkrong sembari meminum kopi. Selain itu, faktor pendorong lainnya juga dikarenakan Indonesia merupakan negara penghasil kopi ketiga terbesar di dunia, dan hal ini tentunya mempermudah bisnis *café* atau *coffee shop* lokal dalam mengakses bahan baku kopi. Pertumbuhan bisnis kopi yang pesat, tentunya membutuhkan tenaga kerja untuk profesi barista yang lebih banyak. Tetapi pada saat ini ketersediaan pendidikan formal dan nonformal untuk meningkatkan kompetensi barista di Kota Makassar masih tergolong sedikit. Labofee Barista hadir sebagai tempat yang menyediakan pendidikan nonformal dalam bentuk pelatihan dan kursus bagi masyarakat di sekitar Kota Makassar yang menginginkan profesi barista atau bagi mereka yang memiliki keinginan dalam mempelajari kopi lebih dalam. Terdapat beberapa aspek yang dipertimbangkan dalam pembuatan studi kelayakan bisnis Labofee Barista.

A. Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam aspek pasar dan pemasaran, Labofee Barista membagikan kuesioner dalam bentuk *Google Form* yang terdiri dari 27 butir indikator kepada 147 responden yang berusia 20 tahun hingga 40 tahun untuk mengetahui dan memahami potensi pasar dan keinginan calon pelanggan terkait bauran pemasaran 8P yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, sumber daya, manusia, paket, program, dan kerja sama. Metode pengambilan jawaban dalam kuesioner tersebut menggunakan *skala likert* antara 1 (satu) yaitu sangat tidak setuju hingga 6 (enam) sangat setuju. Setelah itu, jawaban yang didapat akan dihitung rata-ratanya (*mean*) untuk mengetahui nilai rata-rata pada setiap butir pertanyaan.

Labofee Barista juga melakukan analisis pesaing dengan tujuan untuk mengetahui pesaing langsung dan tidak langsung dari Labofee Barista, serta melakukan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari Labofee Barista. Analisis tersebut kemudian menjadi acuan dalam membentuk strategi pengembangan Labofee Barista. Selain itu, Labofee Barista juga menggunakan analisis *Five Forces Porter* untuk mengetahui kompetisi perusahaan dan *Business Canvas Model* untuk mengetahui dasar pemikiran dan nilai dari Labofee Barista.

Kemudian analisis segmentasi, posisi, dan target juga dilakukan untuk mengetahui serta memahami calon pelanggan Labofee Barista. Segmentasi demografis dan geografis dari Labofee Barista adalah masyarakat Kota Makassar yang berusia 20 tahun keatas dengan pendapatan per bulan diatas atau setara dengan upah minimum pegawai Kota Makassar. Sedangkan

segmentasi aspek psikografis dan perilaku dari Labofee Barista adalah masyarakat yang tertarik dalam mengikuti kelas pelatihan barista dengan mempertimbangkan program atau materi pembelajaran, harga, dan fasilitas yang disediakan, serta masyarakat yang mengikuti pembelajaran pendidikan nonformal sebanyak 3-4 kali dalam satu bulan dan mengeluarkan biaya sebesar Rp 650.000 hingga Rp 1.500.000 dalam jangka waktu 6 bulan.

Target pasar dari Labofee Barista adalah masyarakat Kota Makassar yang berusia 25 hingga 30 tahun dengan pendapatan yang setara atau lebih tinggi dari upah minimum Kota Makassar, serta yang memiliki kebiasaan dalam mengikuti pembelajaran pendidikan non-formal setidaknya 3 hingga 4 kali dalam satu bulan dengan pengeluaran rata-rata untuk pendidikan non-formal sebesar Rp 650.000 hingga Rp 1.500.000 dalam jangka waktu 6 bulan. Selain itu, bagi mereka juga yang tertarik untuk mengikuti pelatihan barista untuk mempelajari kopi lebih mendalam atau untuk kebutuhan bisnis maupun bagi mereka yang tertarik untuk bekerja sebagai barista.

Dalam aspek bauran pemasaran, Labofee Barista menawarkan beberapa jenis kelas dengan harga dan durasi yang berbeda-beda yaitu, “*Definitive Barista Class*” dengan harga Rp 3.500.000 berdurasi 15 jam, “*Latte Art Lanjutan*” dengan harga Rp 1.150.000 berdurasi 5 jam, dan “*Coffee Roasting Class*” dengan harga Rp 3.000.000 berdurasi 12 jam. Dalam menentukan harga tersebut, Labofee Barista akan menggunakan pendekatan *profit oriented pricing* dalam menentukan harga jual produk untuk mencapai keuntungan yang telah ditentukan secara maksimal. Proses distribusi yang dilakukan Labofee Barista berupa pembelajaran secara *on-site* dengan

maksimum kapasitas sebanyak 6 orang per *batch*. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Labofee Barista berupa pemasangan iklan melalui media sosial, *personal selling*, *merchandising*, *sales promotion*, dan *public relation*.

Pengelolaan sumber daya manusia di Labofee Barista didasarkan pada beberapa elemen pelayanan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen seperti *tangible*, *responsiveness*, *reability*, *assurance*, dan *empathy*. Selain itu, Labofee Barista juga menyiapkan kelengkapan tambahan atau paket tambahan bagi peserta didik seperti *notebook*, apron barista, *microfiber* untuk melakukan praktik serta dilengkapi dengan bekal. Proses transaksi pembayaran Labofee Barista akan dibantu melalui kerja sama dengan berbagai bank seperti BCA, Mandiri, dan bank lainnya untuk membuka berbagai macam metode pembayaran baik secara *offline* maupun *online*. Labofee Barista juga akan bekerja sama dengan institusi pendidikan setempat dan LSP (Lembaga Sertifikasi Profesi Barista) dan juga organisasi lainnya.

B. Aspek Operasional

Jenis aktivitas operasional Labofee Barista dibagi menjadi dua, yaitu *customer process flow* dan Standar Operasional Prosedur (SOP) pembelajaran. *Customer process flow* meliputi proses pendaftaran dan juga proses pembelajaran. Sedangkan Standar Operasional Prosedur, meliputi bagaimana proses kerja (*workflow*) dalam menyampaikan produk atau materi pembelajaran kepada peserta didik. Untuk mendukung proses aktivitas operasional, Labofee Barista menyediakan berbagai fasilitas seperti *registration area*, *storage room*, *locker room*, *classroom*, *roastery*

room, janitors' area, office, meeting room, rooftop, toilet, dan parking area. Labofee Barista memiliki bangunan dengan luas 78m² dengan kapasitas ruang kelas maksimum 6 peserta didik.

Pemilihan lokasi Labofee Barista dianalisis melalui perbandingan lokasi terhadap ruko yang berada di Kecamatan Rappocini, Kecamatan Tamalate, dan Kecamatan Panakukkang. Setiap lokasi dipertimbangkan melalui beberapa aspek yaitu demografis, visibilitas, aksesibilitas, kondisi lingkungan, dan biaya sewa. Melalui perbandingan yang dilakukan, ruko Kecamatan Rappocini memiliki bobot tertinggi dibanding dengan lokasi lainnya. Dengan begitu, Labofee Barista akan beroperasi daerah Kecamatan Rappocini di Ruko Jalan Sungai Saddang Baru No. 21, Kota Makassar. Adapun beberapa teknologi yang digunakan untuk mendukung kegiatan operasional Labofee Barista seperti *wireless fidelity (Wi-Fi), fingerprint system, closed circuit television (CCTV), proyektor, televisi, air conditioner, komputer, laptop, dan printer.*

C. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Pada manajemen sumber daya manusia, Labofee Barista menentukan deskripsi dan spesifikasi pekerjaan yang diperlukan dari setiap jabatan agar dapat beroperasi dengan baik. Labofee Barista dipimpin oleh Florenty Shah sebagai komisaris dan Geraldo Antonious sebagai direktur. Posisi direktur akan membawahi *accounting and finance, sales and marketing, instruktur/pengajar, dan operasional.* Sedangkan *accounting and finance* akan membawahi registrasi dan operasional akan membawahi *janitor.*

Proses perekrutan Labofee Barista dilakukan secara eksternal melalui situs *web* lowongan kerja dan akan melalui tahapan seperti analisis dokumen, wawancara, dan konfirmasi. Labofee Barista akan beroperasi selama 9 jam di *weekdays* (08:00 – 17:00 WITA) dan 10 jam di *weekends* (08:00 – 18:00 WITA). Jam kerja karyawan telah dibuat sesuai dengan peraturan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Pasal 77 ayat (2), dengan begitu setiap karyawan akan bekerja selama 8 jam dalam satu hari untuk 5 hari dalam 1 minggu. Sedangkan jam kerja instruktur/pengajar akan disesuaikan dengan jadwal kelas.

Setiap karyawan Labofee Barista akan mendapatkan kompensasi dalam bentuk gaji pokok, Tunjangan Hari Raya (THR), cuti kerja, serta jaminan sosial. Labofee Barista juga menyediakan kegiatan pelatihan dan pengembangan yang disesuaikan dengan kebutuhan karyawan seperti orientasi, *barista knowledge and skills*, dan *team building*.

Labofee Barista didirikan sebagai bagian dari entitas hukum dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT. Aroma Barista. Dalam pendirian PT. Aroma Barista, diperlukan beberapa persyaratan dan juga dokumen yang harus dipenuhi seperti surat pengajuan nama PT, akta pendirian PT, Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Nomor Induk Berusaha (NIB), surat Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP), dan hak logo dan merek dagang.

D. Aspek Keuangan

Untuk memulai bisnis Labofee Barista, dibutuhkan modal awal sebesar Rp 853.670.107 yang mencakup biaya renovasi, peralatan, perlengkapan, pra-operasional, asuransi *Property All Risk (PAR)*, persediaan awal, dan kas awal. Sumber dana ini didapatkan melalui pinjaman bank sebesar 40% yaitu Rp 343.670.107 dan sisanya akan ditanggung dengan modal pemilik sebesar Rp 510.000.000. Untuk biaya operasional, Labofee Barista diperkirakan akan membutuhkan biaya sebesar Rp 1.002.887.824 pada tahun pertama yang terdiri dari *cost of goods sold*, gaji karyawan, biaya sewa, jaminan sosial, asuransi *PAR*, utilitas, pelatihan dan pengembangan, depresiasi dan amortisasi, promosi dan pemasaran, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dan biaya perbaikan dan perawatan.

Pendapatan pertama Labofee Barista diperkirakan akan mendapatkan sebesar Rp 1.139.473.628 yang didasarkan dengan perhitungan *turnover*, kapasitas maksimal kelas, pertumbuhan inflasi, serta pertumbuhan PDRB. Pada tahun pertama, Labofee Barista juga akan memiliki aset sebesar Rp 853.670.107 yang terdiri dari aset tetap, lancar, dan tak berwujud serta total liabilitas sebesar Rp 343.670.107 dan ekuitas sebesar Rp 510.000.000.

Pada tahun pertama, Labofee Barista akan memiliki laba kotor sebesar Rp 862.913.409 dan diselisihkan dengan biaya operasional sebesar Rp 791.889.762 dan bunga sebesar Rp 27.732.769 untuk mendapatkan laba bersih sebesar Rp 37.533.444. Sedangkan untuk *Break Even Point (BEP)*, Labofee Barista sudah dapat mencapai titik impas pada tahun pertama dengan total *BEP* sebesar Rp 1.083.536.948 yang setara dengan 95%.

Pada penilaian investasi, besar *Weighted Average Cost of Capital (WACC)* Labofee Barista adalah 6,03% dengan *Internal Rate of Return (IRR)* sebesar 33,68% sehingga investasi yang dilakukan oleh Labofee Barista dianggap layak. *Discounted payback period* dari Labofee Barista dengan tingkat diskonto sebesar 6,03% adalah 3 tahun 9 bulan 15 hari.

Selain melakukan perhitungan finansial. Labofee Barista juga melakukan analisis manajemen risiko dengan tujuan untuk mengantisipasi kejadian yang dapat merusak keuangan perusahaan. Analisis yang dilakukan meliputi aspek fisik, operasional, sumber daya manusia, dan pasar.

