

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Usaha *Coffe Shop* Ngoepi layak untuk dijalankan dan didukung pelaksanaannya berdasarkan kepada:

1. Strategi penjualan yang harus dilaksanakan oleh usah Usaha *Coffe Shop* Ngoepi berdasarkan rancangan *Business Model Canvas* yang sudah dirancang untuk usaha *Coffe Shop* Ngoepi:
  - a. *Customer Segment*, usia 16 – 40 tahun dan target utama adalah anak muda.
  - b. *Value Proposition*, suasana tempat yang nyaman dengan konsep homie atau serasa didalam rumah dan harga yang terjangkau, mulai dari 13.000 – 30.000.
  - c. *Customer Relation*, memberikan potongan harga, menyediakan suggestion form untuk mendapatkan feedback dari customer untuk usahanya, dan menjaga hubungan dengan customer melalui social media.
  - d. *Channel*, saat ini penjualan melalui *Coffee Shop* dan media sosial seperti, facebook dan Instagram, yaitu sebagai sarana untuk mendeliver value yang ada di *Coffee Shop* Ngoepi.
  - e. *Revenue stream*, Penjualan produk hanya dari *Coffee Shop* Ngoepi
  - f. *Key Resource*, Barista yang memiliki keahlian yang handal dan kompeten
  - g. *Key Activities*, aktivitas barista di meja bar, menjamin ketersediaan bahan baku, melakukan pencatatan dan administrasi, dan melakukan pelayanan kepada pelanggan melalui sistem *online* maupun *offline*
  - h. *Key Partners*, Supplier kopi, Supplier susu, dan Supplier sirup
  - i. *Cost Structure*, Biaya investasi awal meliputi pembelian peralatan dan perlengkapan dalam menunjang proses usaha, biaya variabel adalah biaya kebutuhan produk usaha, dan biaya gaji karyawan.

2. Setelah uji kelayakan dilakukan untuk usaha *Coffee Shop* Ngoepi, berdasarkan nilai NPV, PP, PI, dan IRR untuk jangka waktu 5 tahun kedepan, *Coffee Shop* Ngoepi layak untuk dijalankan dengan nilai NPV sebesar Rp339,416,346, PP selama 3 bulan, PI sebesar 3.80, dan IRR sebesar 17.35%.
3. Sensitivitas diterapkan pada 3 kondisi yaitu, pendapatan hasil produksi *Optimistic* diasumsikan terjual 100% setiap tahunnya, pendapatan hasil produksi *Best* di asumsikan terjual 75% di tahun pertama, dan pendapatan hasil produksi *Pessimistic* diasumsikan terjual 50% di tahun pertama dan 75% di tahun kedua. Pada kondisi *Optimistic*, investasi pada usaha *Coffe Shop* Ngoepi layak, dikarenakan sudah memenuhi persyaratan. Dapat dilihat dari nilai NPV sebesar Rp339,416,346, periode pengembalian yang lebih awal dari target periode pengembalian, yaitu selama 3 bulan, nilai PI sebesar 3.80, dan nilai IRR sebesar 17.35%. Pada kondisi *Best*, investasi pada usaha *Coffe Shop* Ngoepi tidak layak, dikarenakan beberapa persyaratan belum terpenuhi. Dapat dilihat dari nilai NPV sebesar Rp205,794,273, periode pengembalian yang melebihi target periode pengembalian, yaitu selama 2 tahun 5 bulan, nilai PI sebesar 3.22, dan nilai IRR sebesar 14.17%. Pada kondisi *Pessimistic*, investasi pada usaha *Coffe Shop* Ngoepi tidak layak, dikarenakan beberapa persyaratan belum terpenuhi. Dapat dilihat dari nilai NPV yang negatif sebesar Rp482,796,610, periode pengembalian yang melebihi target periode pengembalian, yaitu 2 tahun 2 bulan, nilai PI sebesar 1.68, dan nilai IRR negatif sebesar - 0.98%.

## 5.2 Saran

Saran untuk usaha *Coffee Shop* Ngoepi agar mendapatkan keuntungan yang maksimal dan mendapatkan target konsumen yang sesuai yaitu:

1. Berdasarkan hasil dari penerapan Business Model Canvas, ada beberapa masukan untuk meningkatkan penjualan, yaitu melakukan digital endorsement untuk mengidentifikasi segmen pelanggan, public figure mengkomunikasikan informasi terkait keunggulan produk yang

dimiliki *Coffee Shop* Ngoepi. Terkait aspek customer relationship yaitu menyarankan pemilik untuk mulai mengikuti event – event kuliner yang ada. Hal ini bertujuan untuk mengenalkan *Coffee Shop* Ngoepi itu sendiri kepada masyarakat yang belum mengenal keberadaan *Coffee Shop* Ngoepi dan juga hal tersebut diharapkan berguna untuk memperluas jaringan pelanggan dari *Coffee Shop* Ngoepi. Melakukan chaneling dengan menggunakan brosur – brosur kepada khalayak ramai atau komunitas yang dirasa potensial dan menjadi segmentasi *Coffee Shop* Ngoepi. Dalam rangka meningkatkan revenue stream, mencoba untuk bekerja sama dengan unit usaha lainnya dibidang yang sama, menjual produk titipan baik itu berupa makanan ataupun minuman, sehingga terjadinya mutualisme dalam menjalin kerjasama dengan unit usaha atau umkm lain.

2. Lebih memperhatikan kesejahteraan pegawainya, termasuk barista itu sendiri. Selain itu untuk meningkatkan kualitas pegawainya, terutama barista, pemilik kedai dapat mendaftarkan baristanya untuk mengikuti kompetisi barista agar selain meningkatkan kemampuannya, disisi lain dapat mempromosikan *Coffee Shop* Ngoepi melalui barista tersebut dalam sebuah kompetisi. Karena dari hal tersebut memungkinkan menarik banyak pelanggan yang disebabkan barista yang sudah dikenal dari kemampuannya.
3. Sebagai usaha yang sudah banyak dilakukan oleh pelaku usaha lain, *Coffee Shop* Ngoepi harus aktif melakukan promosi secara efektif melalui iklan di media sosial dan memilih influencers yang relevan dengan produk yang dijual agar target konsumen tepat sasaran.