

Lolly's Pavilion

Fenny Apriyani Djaja (Fennyapriyanidjaja@yahoo.com)

Dr. Yulizar Kasih, S.E., M.Si (Yulizar@stie-mdp.ac.id)

Charisma Ayu P, MHRM (Charismaayupramuditha11@gmail.com)

Jurusan Manajemen

STIE MDP

Ringkasan Eksekutif : *Lolly's Pavilion* adalah sebuah usaha *cafe* yang menjual produk es krim dengan berbagai pilihan jenis. Sesuai dengan namanya, *Lolly's Pavilion* menyajikan menu utama yaitu es krim *lolly* yang jarang ditemukan di kota Palembang. Selain rasanya yang enak, es krim *lolly* praktis untuk dikonsumsi karena dibuat dengan menggunakan stik es krim. Dengan nilai lebih yang dimiliki *Lolly's Pavilion* dibandingkan para pesaing sejenis lainnya, seperti nuansa *cafe* yang nyaman, tersedianya berbagai macam dan pilihan rasa es krim, serta pelayanan *self service* akan memberikan pengalaman baru bagi konsumen dalam mengonsumsi es krim.

Executive Summary : *Lolly's Pavillion is a bussiness cafe which sell ice cream that has many products. As with the name, Lolly's Pavillion serve ice cream as a main menu wich hardly find in Palembang city. Beside the good taste, Lolly's ice cream is simple to eat because made with ice cream's stick. With more valuable of Lolly's Pavillion compare to other same competitors like the comfortable enviroment, has many kinds and tastes of ice cream also has a self sevice will give a customer a new experience about ice cream*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha

Es krim adalah makanan penutup yang mudah ditemukan, apalagi di negara tropis seperti Indonesia. Tingkat konsumsi produk es krim di Indonesia masih sangat rendah dibandingkan dengan negara-negara lain. Saat ini, menurut *Campina Marketing Plan* konsumsi es krim per kapita di Indonesia baru sekitar 0,3 liter perorang. Di negara tetangga seperti Malaysia, Singapura, dan Thailand konsumsi es krim mencapai empat kali lipat dibandingkan Indonesia.

1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Nilai - nilai Budaya

a. Visi

1. *Lolly's Pavilion* berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan menarik serta sehat dalam komposisi es krim.
2. Menjadikan *Lolly's Pavilion* sebagai satu- satunya *cafe* es krim dengan bentuk es krim yang unik dan pelayanan yang menarik.

b. Misi

1. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia dengan memberikan pelatihan terhadap karyawan dalam melayani pelanggan, sehingga tercapai sebuah pelayanan prima.
2. Pengembangan teknologi dalam proses pembuatan es krim dan

melakukan inovasi pada produk es krim untuk meningkatkan mutu dan kualitas es krim untuk mencapai kepuasan pelanggan.

3. Menciptakan lingkungan kerja dan usaha yang berkualitas.

2. GAMBARAN UMUM USAHA

Lolly's Pavilion adalah sebuah cafe khusus menjual es krim bervariasi dan tanpa mengurangi cita rasa es krim yang alami. *Lolly's Pavilion* sesuai dengan namanya akan menonjolkan produk utama kami yaitu es krim *lolly* yaitu es krim yang disajikan dengan menggunakan *stick* es terbuat dari kayu yang dapat dipegang dan dibawa. Untuk es krim *lolly* tersedia berbagai jenis pilihan rasa untuk rasa buah asli seperti rasa pisang, semangka, mangga, *peach*, sirsak, strawberry, jeruk, dan anggur. Dan untuk es krim berbahan dasar susu, tersedia rasa *cream cheese*, *peanut butter*, *hazelnut*, *coffee*, *vanilla*, *cookies and cream*. *Lolly's Pavilion* juga menyediakan penghias (*toppings*) untuk penambah rasa es krim seperti kacang *almond*, coklat tabur, saus tiramis, buah-buahan dan keju tabur. Semua *toppings* yang disediakan tidak akan terkena biaya tambahan. Nantinya konsumen dapat memilih cara penyajian es krim itu dengan menggunakan *stick*, *cup*, *cone* ataupun es krim goreng melalui *display* etalase yang khusus dilengkapi pendingin agar tetap menjaga kualitas es krim.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Segmentasi, Targeting, dan Positioning

3.1.1 Segmentasi

- a. Demografi
 - Usia dan Pekerjaan
 1. 8-18 tahun : Pelajar
 2. 19-22 tahun: Mahasiswa

3. 23-30 tahun: Pekerja

b. Psikografis

1. Gaya hidup
2. Manfaat (Bagi penyuka es krim yang sedang berdiet dan bagi penyuka buah-buahan)

3.1.2 Targeting

Yang menjadi target dalam usaha ini adalah masyarakat yang berumur 8-30 tahun, yaitu dimulai dari anak-anak, murid sekolah, mahasiswa/mahasiswi, dan pekerja.

3.1.3 Positioning

Menciptakan image di mata masyarakat sebagai satu-satunya *cafe* di kota Palembang yang khusus menyediakan menu es krim rendah lemak bagi masyarakat yang sedang berdiet sehingga es krim ini aman untuk dikonsumsi.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

3.2.1 Perkiraan Permintaan

Jumlah pengunjung diasumsikan 100 orang pada hari biasa dan 120 orang pada hari libur. Jumlah permintaan akan terus meningkat sekitar 20% pertahun dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk dan penggemar es krim.

3.2.2 Perkiraan Penawaran

Tabel 3.1 Penawaran Pesaing

No	Perusahaan	Produksi/liter
1.	<i>Gelare</i>	10.800
2.	<i>Fandos</i>	25.200
3.	<i>Walls</i>	36.918.000
4.	<i>Campina</i>	12.770.000
5.	Indoeskrim	8.005.000

Sumber : Observasi

Data perkiraan jumlah penawaran es krim Gelare dan Fandos didapat dari observasi langsung terhadap pemilik perusahaan. Pada produk es krim *Gelare* kapasitas produksi sehari diperkirakan mencapai 30 liter es krim. Pada produk es krim *Fandos* kapasitas produksi diperkirakan mencapai 70 liter es krim perhari. Sedangkan untuk produk es krim *Walls*, *Campina*, dan *Indoeskrim* data penawaran didapat dari data melalui website.

Strategi Pemasaran Perusahaan

3.3.1 Product

Es *lolly* dibuat dengan menggunakan buah - buahan organik asli dan dibuat dengan mesin es krim *lolly* berteknologi khusus untuk memudahkan proses pembuatannya, kemudian es krim *lolly* disediakan dengan menggunakan stick es krim berukuran 12 cm, sehingga konsumen dapat lebih praktis mengkonsumsi es krim. Sedangkan untuk *soft* es krim, *Lolly's Pavilion* menyajikan dengan menggunakan *cup* dan *cone*, dimana *cup* yang digunakan yaitu menggunakan *cup* plastik dengan berbagai ukuran (kecil, sedang, besar), untuk es krim *cone Lolly's Pavilion* menggunakan *cone waffle* yang renyah dan nikmat.

3.3.2 Price

Harga yang ditetapkan *Lolly's Pavilion* beragam mulai dari Rp.8.000-Rp.20.000, kecuali es krim tart harga berkisar Rp.100.000 - Rp.300.000.

3.3.3 Promotion

Banyak cara yang dapat dilakukan *Lolly's Pavilion* sebagai media promosi sebagai berikut :

a. Advertising

Promosi dilakukan dengan cara memberikan selebaran, pemasangan banner/spanduk agar dapat dilihat masyarakat, serta memanfaatkan media-media *Online* seperti *Facebook*, *Twitter*, dan juga *blog*.

b. Sales Promotion

Promosi dilakukan dengan cara mendirikan stand es krim di mall kemudian membagikan *sample* es krim gratis dan *voucher* potongan harga sebesar 15% kepada para pengunjung mall.

c. Public Relation

Masuk dalam event - event tertentu dan mendirikan *stand* es krim *Lolly's Pavilion* serta mengadakan kegiatan di sekolah taman kanak-kanak atau sekolah dasar dengan mengadakan acara perlombaan makan es krim dan pembagian es krim gratis bagi murid - murid sekolah.

3.3.4 Placement

Lolly's Pavilion melakukan penjualan langsung melalui *cafe* es krim yang disediakan berada di lokasi jalan Merbau, diharapkan pemilihan lokasi yang juga dekat dengan *cafe Uncle Loe* dapat menjadi pelengkap bagi konsumen yang ingin menikmati suasana baru *cafe Lolly's Pavilion* dengan menu *dessert* es krim yang disediakan.

3.3.5 People

Pada bagian *people* dalam aspek pemasaran yang perlu diperhatikan *Lolly's Pavilion* tentunya kualitas sumber daya manusianya dengan memperhatikan masalah seperti menetapkan jumlah, kualitas, dan

penempatan tenaga kerja yang efektif sesuai dengan kebutuhan perusahaan berdasarkan deskripsi pekerjaan, persyaratan pekerjaan, dan evaluasi pekerjaan.

c. ASPEK PRODUKSI

a. Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi usaha *Lolly's Pavilion* akan dipilih di jalan Merbau. Dipilihnya lokasi sebagai tempat berdirinya usaha dikarenakan lokasi tersebut cukup strategis dan dekat dengan target market yang dituju terutama mahasiswa- mahasiswi dan pekerja.

b. Proses Produksi

Lolly's Pavilion bergerak di bisnis kuliner sehingga cara untuk mendiferensiasikan dan melayani pelanggan bukan hanya dari segi produknya saja melainkan juga dari segi jasanya. Oleh sebab itu, *Lolly's Pavilion* akan diberikan kepada pelanggan dengan baik , sehingga dengan demikian dapat memberikan kepuasan pelanggan.

c. Mesin dan Peralatannya

Perencanaan Mesin dan Peralatan yang akan digunakan untuk membuka suatu usaha perlu dirinci secara jelas sehingga dapat sesuai dengan kebutuhan usaha. *Lolly's Pavilion* sendiri juga membutuhkan peralatan dapur yang dapat menunjang proses produksi. Oleh sebab itu, *Lolly's Pavilion* akan melakukan perincian peralatan yang dibutuhkan agar sesuai dengan kebutuhan cafe dan proses produksi dapat berjalan dengan baik.

d. Tanah, Gedung, dan Peralatannya.

Perencanaan tempat usaha akan dilakukan dengan menggunakan bangunan ruko milik pribadi. Daerah yang *Lolly's Pavilion* pilih sebagai tempat membuka usaha adalah daerah Jalan Merbau no. 1542 Palembang yang sangat strategis dekat dengan target market yaitu TK Agatha, SMU Xaverius 1, STMIK MDP, dan STIE Musi yang merupakan pelajar dan mahasiswa/i.

5. ASPEK KEUANGAN

5.1 Sumber Pendanaan Modal

Merupakan dana yang digunakan untuk membiayai pengadaan aktiva dan operasi sebuah usaha. Dalam menjalankan sebuah usaha, modal menjadi salah satu faktor penting tidak terkecuali terhadap *Lolly's Pavilion*. Diperkirakan modal untuk usaha ini adalah sebesar Rp.1.294.696.000.

5.2 Kebutuhan Modal Investasi

Untuk kebutuhan membuka suatu usaha maka diperlukan modal investasi sebesar 494.570.000.

5.3 Kebutuhan Modal Kerja

Kebutuhan modal kerja digunakan untuk mendukung kegiatan usahanya. Modal kerja digunakan untuk mendukung operasi normal perusahaan dalam jangka pendek. Modal kerja awal *Lolly's Pavilion* adalah Rp. 800.126.000.

5.4 Analisis Kelayakan Usaha

a. Payback Period

Berdasarkan rumus dan jumlah arus kas bersih *Lolly's Pavilion*, maka setelah dihitung payback period *Lolly's Pavilion* adalah 1 tahun 3 bulan.

b. Net Present Value

Perhitungan NPV menggunakan Bi rate sebesar 7,5%, menghasilkan nilai NPV *Lolly's Pavilion* bernilai positif yaitu sebesar 836.428.949 yang artinya usaha *Lolly's Pavilion* dikatakan layak.

c. Internal Rate of Return (IRR)

IRR berguna untuk mendapatkan imbal hasil saat jatuh tempo dari uang yang telah diinvestasikan. Dari perhitungan interpolasi, didapat nilai IRR sebesar 50 % yang ternyata lebih besar nilainya dibanding nilai BI rate sebesar 7,5 % sehingga dapat disimpulkan usaha *Lolly's Pavilion* ini layak.

5.5 Analisis Keuntungan

Analisa keuntungan ini dapat digunakan untuk melihat berapa jumlah unit dan rupiah yang didapat dari usaha *Lolly's Pavilion* ini, untuk dapat mengetahuinya maka diperlukan perhitungan Break Event Point atau juga disebut BEP. Dari perhitungan BEP dalam unit untuk mencapai titik impasnya *Lolly's Pavilion* harus menjual produk sebanyak 2141 unit di tahun pertama, dan 2129 unit di tahun kedua. Dari perhitungan BEP dalam unit untuk mencapai titik impasnya, *Lolly's Pavilion* harus melakukan penjualan sebesar Rp. Rp. 132.754.118 pada tahun pertama, Rp. 132.039.476 pada tahun kedua.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anonim 2012, *Data BI Rate*, Diakses pada 22 Desember 2013, dari www.bi.go.id
- [2] Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- [3] S.Munawir 2010, *Analisa Laporan Keuangan*, Liberty, Yogyakarta