

## ABSTRAK

Kopi termasuk salah satu komoditas yang diunggulkan di Indonesia untuk di ekspor dan termasuk dalam tujuh komoditas utama perkebunan Indonesia. Volume ekspor diprediksi akan meningkat pada tahun-tahun mendatang. Tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia juga mengalami peningkatan sejak tahun 2013 hingga 2016. Menurut Ashley (2018) peningkatan tersebut sangat dipengaruhi oleh tren yang dibawa melalui film *Filosofi Kopi* dan *Ada Apa Dengan Cinta 2*. Hal tersebut membuat banyak *coffeeshop* atau kedai kopi yang bermunculan beberapa tahun terakhir khususnya di Yogyakarta, sehingga menimbulkan persaingan yang cukup ketat. Kedai kopi perlu menentukan strategi yang tepat untuk menjalankan bisnis seperti strategi penentuan harga. Selain itu untuk mengukur performa bisnis yang sudah berjalan perlu dilakukan analisis investasinya. Peramalan juga cukup penting untuk mengetahui perkiraan performa bisnis di masa yang akan datang.

Analisis investasi dilakukan dengan menghitung *return on investment* dan *payback period* untuk mengetahui tingkat pengembalian modalnya. Profit dihitung menggunakan EBITDA (*earning before interest tax depreciation and amortization*) untuk melihat performa bisnis ketika belum memperhitungkan bunga, pajak, depresiasi dan pajak kedai kopi. Untuk strategi penentuan harga dilakukan dengan menggunakan pendekatan *restaurant revenue management* untuk meningkatkan *revenue*. Data yang digunakan berasal dari sistem *point of sales* (POS) yang ada pada kedai kopi untuk mengetahui *revenue* dan *demand* aktual. Strategi penentuan harga dilakukan dengan melihat hubungannya dengan *demand* menggunakan analisis regresi. Strategi harga baru akan diimplementasikan dan dilihat dampaknya terhadap terhadap analisis investasinya.

Hasil dari analisis investasi menghasilkan nilai ROI (*return on investment*) sebesar 41% sehingga dapat dikatakan baik karena nilai pengembaliannya cukup tinggi. *Payback period* dihitung menghasilkan nilai 1,86 tahun berdasarkan data dari hasil peramalan. Data penjualan menunjukkan adanya karakteristik *seasonal* dengan tren kenaikan tiap tahunnya. Periode *peak off* ditentukan pada hari Selasa, Rabu, Kamis, dan Jumat sedangkan periode *peak* terdapat pada hari Senin, Sabtu, dan Minggu. Strategi penentuan harga optimal ditentukan dengan *reference price* yang telah dihitung yaitu Rp 20.915 untuk *peak off* dan Rp 22.766 untuk *peak*. Setelah *reference price* optimal diimplementasikan, perhitungan *payback period* berubah menjadi 1,76 tahun.

Kata kunci : analisis kelayakan, *revenue management*, strategi harga, peramalan, *coffeeshop*

## **ABSTRACT**

Coffee is one of the leading commodities in Indonesia for export and is included in the seven main commodities of Indonesian plantations. The export volume is predicted to increase in the upcoming years. The level of coffee consumption of the Indonesian people has also increased since 2013 to 2016. Based on Ashley (2018) the increase was greatly influenced by the trends brought through the *Filosofi Kopi* and *Ada Apa dengan Cinta 2* films. This makes many coffee shops that have sprung up in the past few years especially in Yogyakarta, which has caused quite intense competition. Coffee shops need to determine the right strategy to run a business like a pricing strategy. In addition to measuring business performance that has been running, investment analysis is needed. Forecasting is also quite important to know the forecast of business performance in the future.

Investment analysis is done by calculating the return on investment and payback period to determine the rate of return on capital. Profit is calculated using EBITDA (earning before interest tax depreciation and amortization) to see business performance when it does not take into account coffee interest, tax, depreciation and tax. The pricing strategy is done by using the restaurant revenue management approach to increase revenue. The data used comes from the point of sales (POS) system available at the coffee shop to find out the actual revenue and demand. The pricing strategy is done by looking at its relationship with demand using regression analysis. A new pricing strategy will be implemented for the investment analysis.

The results of investment analysis yield a ROI (return on investment) value of 41% so that it can be said to be good because the return value is large enough. Payback period has result 1,86 years based on forecasting calculation. Sales data indicated with seasonal characteristics with an increase trend each year. The peak off period is determined on Tuesday, Wednesday, Thursday and Friday while the peak periods are Monday, Saturday and Sunday. The strategy for determining the optimal price is determined by the reference price that has been calculated which is Rp. 20,915 for peak off and Rp. 22,766 for peak. After the optimal reference price is implemented, the calculation of the payback period changes to 1.76 years.

**Keywords:** feasibility analysis, revenue management, price strategy, forecasting, coffee shop