

ABSTRAK

Usaha minuman cokelat “Chocolate Changer” saat ini sedang mengalami perkembangan karena semakin banyaknya gerai “Chocolate Changer” yang berada di kota Padang, Pekanbaru, dan Bandung. Pengembangan mengalami keberhasilan pada kota Padang dan Pekanbaru, namun mengalami kegagalan pada kota Yogyakarta sehingga harus ditutup, dan hasil yang kurang memuaskan pada kota Bandung. Saat ini “Chocolate Changer” berencana mengembangkan bisnis ke kota Palembang dengan pertimbangan awal bahwa kota Palembang merupakan salah satu kota besar di Indonesia dan memiliki kemiripan secara geografi maupun demografi dengan kota Padang dan Pekanbaru yang sudah mendapatkan keberhasilan.

Sasaran utama gerai minuman cokelat “Chocolate Changer” adalah mahasiswa yang berada di kota Palembang dengan jumlah mahasiswa 142.009 orang. Direncanakan “Chocolate Changer” memiliki 5 hingga 10 gerai di titik strategis dengan jarak maksimal 1 kilometer dari gerbang kampus di kota Palembang. Hasil kuesioner terhadap 50 calon pelanggan menunjukkan bahwa sebanyak 86% atau 43 calon konsumen akan datang jika ada minuman cokelat yang berjarak 1 kilometer dari gerbang kampus. Strategi dan rencana yang digunakan dalam rencana pengembangan bisnis minuman cokelat ini adalah dengan melihat sudut pandang konsumen dengan menggunakan peta empati, melakukan analisis SWOT (strong, weakness, opportunity, threat), kanvas model bisnis, serta studi kelayakan dari aspek pemasaran, sumber daya manusia, aspek operasi, dan aspek keuangan.

Dalam menentukan keputusan investasi tersebut, digunakan tiga parameter yaitu *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP). Hasil yang didapat adalah NPV Rp.4.461.735.881 dinyatakan layak, kemudian IRR sebesar 76% dinyatakan layak, PP 1 tahun 4 bulan sehingga bisnis minuman cokelat “Chocolate Changer” layak untuk direalisasikan.

Kata kunci: business model, business plan, 9 building blocks, empathy maps

ABSTRACT

Chocolate drink business "Chocolate Changer" is currently experiencing a development due to the increasing number of "Chocolate Changer" outlets in the cities of Padang, Pekanbaru, and Bandung. The development experienced success in the cities of Padang and Pekanbaru, but failed in Yogyakarta city so that it had to be closed, and the results were't satisfactory in Bandung city. Currently "Chocolate Changer" plans to expand its business to Palembang city with the first consideration that Palembang is one of big city in Indonesia and has similarities in geography and demographics with cities of Padang and Pekanbaru which have already achieved success.

The main targets of chocolate drink "Chocolate Changer" outlets are students in Palembang city with a number of students 142,009 people. It's planned that "Chocolate Changer" will have 5 to 10 outlets at strategic points with 1 kilometer most distance from campus gate in Palembang city. The questionnaire results to 50 prospective customers show that as many as 86% or 43 potential customers will come if there's a chocolate drink within 1 kilometer of campus gate. The strategy and plan used in the chocolate drink business development plan is to look at the consumer's point of view by using an empathy map, to conduct an SWOT analysis (strong, weakness, opportunity, and threat), business model canvases, also feasibility studies from marketing, human resources, operational, and financial aspects.

In determining the investment decision, three parameters are used, i.e. Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period (PP). The results obtained are NPV of Rp.4.461.735.881 declared feasible, then an IRR of 76% declared feasible, PP 1 year 4 months so that the chocolate drink business "Chocolate Changer" is feasible to be realized.

Keywords: *business model, business plan, 9 building blocks, empathy maps*