KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutipsebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

KOS OTISTA adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang penyewaan kamar kos yang menawarkan konsep tempat tinggal sementara itu sendiri dimana orang yang tinggal bisa merasa nyaman, dan aman seperti berada di rumah mereka sendiri dengan fasilitas-fasilitas memadai bukan seperti kos-kosan yang biasa ditemui di lingkungan Ibu Kota khusnya Jakarta Timur. KOS OTISTA ini akan didirikan di jalan Kebon Nanas Selatan 2 Otista 3 No 10 Kecamatan Jatinegara Jakarta Timur. KOS OTISTA dapat dihubungi via email di medina.adryanti24@gmail.com atau bisa juga dikontak melalui nomor telepon 081389035000.

KOS OTISTA memiliki 3 karyawan dimana pemilik berperan sebagai manajer yang bertanggung jawab atas usaha dan 2 orang lainnya sebagai penjaga kos serta tukang cuci baju atau *laundry*.

Visi dari KOS OTISTA yaitu “Menjadi rumah kos dengan pelayanan terbaik di Jakarta Timur yang mengutamakan rasa kenyamanan penghuni.”

Misi dari KOS OTISTA adalah sebagai berikut:

a. Menyediakan tempat kos yang nyaman dan aman.
b. Memberikan pelayanan dengan menekankan pada rasa kekeluargaan dalam rumah kos
c. Selalu berkomitmen untuk menjaga kepercayaan penghuni kos.
d. Memberikan harga dan pelayanan yang sesuai
e. Mengutamakan kepuasaan konsumen untuk meciptakan loyalitas

Pesaing dari KOS OTISTA adalah kos Ibu Yani dan Ibu Ida yang berlokasi di Kebon Nanas Selatan 1. Hal ini tentunya menjadi keunggulan kompetitif dari KOS OTISTA karena belum adanya kos yang menggunakan konsep tempat tinggal sementara dengan fasilitas yang memadai.

KOS OTISTA sendiri menargetkan konsumen pria dan wanita baik pekerja maupun mahasiswa/i dengan kisaran usia 17 – 35 tahun baik pria maupun wanita.

Strategi pemasaran dari KOS OTISTA yaitu dengan melakukan pembagian brosur di kampus maupun sekolah, pemasangan papan nama serta pemberian potongan uang sewa bagi penghuni yang bisa mengajak teman untuk menjadi penghuni.

Dari segi kelayakan keuangan, angka penjualan KOS OTISTA tahun 2019 hingga 2028 selalu berada diatas titik impas (BEP). Perhitungan NPV dari KOS OTISTA pun menunjukkan nilai NPV lebih besar dari 0 (nol) diikuti tingkat pengembalian investasi atau *Interest Rate of Return (IRR)* pada posisi 14,91% dengan tingkat bunga 11%. Dari perhitungan *payback period* KOS OTISTA yang berjalan selama 10 tahun didapatkan bahwa periode *payback* bisnis ini adalah 7tahun 1 bulan 24 hari yang masih berada dibawah 10 tahun sehingga bisnis layak untuk dijalankan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian