**BAB IX**

**RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI**

1. **Ringkasan Kegiatan Usaha**
2. **Konsep Bisnis**

KOHIRUSH adalah bisnis restoran kafe yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang menjual makanan khas luar negeri dan bermacam-macam kopi. Konsep bisnis dari KOHIRUSH ialah menyediakan produk-produk makanan yang elegan dan kopi yang menggunakan biji kopi dari Australia dan Ethiopia sehingga membuat rasa kopi yang disediakan berbeda dengan kedai kopi lainnya. Impian dari KOHIRUSH sendiri yakni menjadi restoran kafe yang terkemuka di Indonesia khususnya bagi kalangan pecinta kopi.

1. **Visi dan Misi Perusahaan**
2. Visi : KOHIRUSH yaitu “menjadi *coffee shop* terkemuka yang memiliki daya saing serta kualitas pelayanan yang tinggi”
3. Misi KOHIRUSHadalah sebagai berikut:
4. Menyediakan kopi dan makanan yang berkualitas.
5. Menyediakan tempat kopi yang nyaman.
6. Memberikan layanan terbaik kepada *stakeholder* dan *customer.*
7. Tujuan

Tujuan jangka panjang KOHIRUSH

1. Melakukan ekspansi cabang KOHIRUSH di berbagai kota-kota besar di Indonesia
2. Menjadi penyedia *coffee blend* yang memiliki sensasi berbeda.
3. Mengembangkan sistem informasi menjadi lebih terintegrasi.
4. Membuat dan mampu bekerja sama dengan komunitas-komunitas pecinta kopi.

Tujuan jangka pendek

1. Mencapai target penjualan tiap bulannya.
2. Mampu menjaga kualitas produk di KOHIRUSH.
3. KOHIRUSH mampu dikenal masyarakat sekitar Jakarta.
4. **Produk dan Jasa**

KOHIRUSH adalah sebuah unit usaha yang bergerak pada bidang makanan dan minuman yang berfokus pada bidang perkopian,. KOHIRUSH menawarkan kopi *blended* dan *hot coffee* yang dibuat dari biji kopi asal Australia dan Ethiopia yang kombinasi rasa asam dan manis yang berbeda dari rasa kopi yang ada di Indonesia, selain itu KOHIRUSH juga menyediakan makanan luar negeri seperti *benedict* dan *brunch* yang memiliki tekstur yang ringan sehingga cocok dikonsumsi sepanjang hari. KOHIRUSH juga menawarkan tempat yang *cozy* yang bertema *vintage* dan elegan.

Produk yang yang dijual KOHIRUSH tergolong dalam kelompok *consumer goods* kategori *specialty goods* karena : barang yang memiliki karakteristik yang unik, atau memiliki merek yang sudah dikenal, sehingga ada beberapa orang yang ingin membayar mahal demi barang yang *special* ini.

1. **Persaingan**

Persaingan merupakan hal yang wajar dan pasti akan dihadapi oleh setiap pebisnis. Perusahaan membutuhkan informasi-informasi mengenai data perusahaan pesaing guna merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing secara efektif. Pesaing dari KOHIRUSH adalah Anomali Coffee dan Caribou Coffee. Produk yang ditawarkan oleh kedua pesaing sama seperti KOHIRUSH. Dari analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM), KOHIRUSH memperoleh poin sebesar 3,37, sedangkan Anomali Coffee sebesar 3,00 (di bawah KOHIRUSH), dan Caribou Coffee memperoleh poin sebesar 3,18 (di bawa KOHIRUSH). KOHIRUSH akan dirancang agar dapat mengungguli kualitas dari kedua pesaing tersebut. Kekuatan lebih yang dirancang antara lain dalam faktor kualitas produk, jasa layanan, harga produk, dan cara promosi. Sedangkan dari KOHIRUSH adalah dalam segi *brand* yang dimana KOHIRUSH masih merupakan bisnis baru yang belum dikenal nama *brand*nya.

1. **Target Ukuran Pasar**

KOHIRUSHmenargetkan pada orang-orang usia muda sampai dengan lansia yang berdomisili di wilayah Indonesia khususnya Jakarta Selatan terlebih dahulu. KOHIRUSH memposisikan diri sebagai restoran kafe modern yang memiliki suasana tempat yang nyaman dan memberikan pelayanan yang prima, produk yang disediakan KOHIRUSH juga memiliki beberapa pilihan dan cita rasa yang berbeda dari kompetitornya. KOHIRUSH memiliki slogan yaitu “a single cup of happiness”, dengan demikian KOHIRUSH dapat selalu diingat oleh pelanggannya.

1. **Strategi Pemasaran**

KOHIRUSH terdapat 3 strategi pemasaran yaitu :

1. *Public Relation, public relation* yang akan dijalankan ialah *press release* dan menyelenggarakan *event.* Hal ini akan sangat berpengaruh kepada *brand awareness* dan *positioning* KOHIRUSH.
2. *Direct Marketing* sangat berperan penting dalam promosi KOHIRUSH dikarenakan promosi yang paling besar akan dilakukan pada media sosial dan pada *website* nantinya. Oleh karena itu, peran pemasar pada *direct marketing* sangat penting.
3. *Sales Promotion,* yakni memberikan potongan-potongan harga ketika menggunakan pembayaran melalui metode tertentu yang telah bekerja sama dengan KOHIRUSH seperti penggunaan kartu kredit BCA, OVO, dll. Dalam hal ini, KOHIRUSH juga akan mengeluarkan menu-menu promo seperti menu sarapan yang dapat dibeli dalam waktu tertentu saja.
4. **Tim Manajemen**

KOHIRUSH merupakan bisnis dengan struktur organisasi sederhana, yang posisi tertinggi berada di manajer dan langsung membawahi 3 bagian yaitu administrasi dan keuangan, operasional, dan produksi. Pada bagian adminsitrasi dan keuangan terdapat 1 orang. Bagian operasional atau *floor* terdapat 1 kepala bagian dan 4 karyawan. Bagian produksi terdiri dari dapurdan *bar*, pada *bar* terdapat 2 orang, dan dapur terdapat 1 kepala bagian dan 3 karyawan. Tugas manajer yang membawahi 3 bagian ini ialah melakukan pengawasan, kontrol, promosi dan evaluasi kerja.

1. **Kelayakan Keuangan**

Penulis telah melakukan berbagai macam analisis keuangan untuk menentukan apakah usaha KOHIRUSH layak untuk dijalankan. Analisis keuangan yang dilakukan yaitu nilai BEP, *net present value* ( NPV ), *internal rate of return* ( IRR ), dan *payback period* ( PP ). Hasil diperoleh bahwa pada BEP nilai *sales* lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan, untuk NPV didapat yaitu 113.008.673,72, untuk IRR sendiri diperoleh nilai sebesar 14,56%, sendangkan untuk *Payback Period* diperoleh 4 tahun 1 bulan 24 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari analisis kelayakan keuangan ini adalah bisnis KOHIRUSH layak untuk dijalankan.

1. **Rekomendasi Visibilitas Usaha**

Setelah dilakukan beberapa macam analisis dan perhitungan keuangan untuk menilai kelayakan usaha pada Bab VII, maka kelayakan usaha KOHIRUSH dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Melalui analisis BEP, dapat disimpulkan bahwa usaha KOHIRUSH merupakan sebuah bisnis yang layak untuk dijalankan. Hal ini dikarenakan nilai penjualan KOHIRUSH lebih tinggi dari nilai BEP.
2. Melalui perhitungan NPV, KOHIRUSH dikatakan layak untuk dijalankan karena memiliki nilai NPV yang positif, yaitu sebesar Rp. 353.382.849,64
3. Melalui perhitungan IRR, KOHIRUSH mendapatkan nilai sebesar 24.9% yang lebih besar dari tingkat bunga kredit modal kerja yang telah ditetapkan sebesar 11.18%, maka usaha KOHIRUSH dikatakan layak untuk dijalankan,
4. Melalui perhitungan PP, KOHIRUSH diperoleh tingkat pengembalian selama 3 tahun 5 bulan 21 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Melalui perhitungan PP, maka usaha KOHIRUSH layak untuk dijalankan.