

## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF

#### A. Ringkasan Kegiatan Usaha

##### 1. Konsep Bisnis

*Comerich Tea* adalah usaha mikro yang bergerak dibidang industri makanan dan minuman yang mana fokus utamanya adalah memproduksi dan memasarkan minuman produk teh seduh alami berkualitas tinggi. *Comerich Tea* menjalin kerja sama dengan para petani terbaik dalam dan luar negeri untuk mendapatkan pasokan teh berkualitas. Produk yang dihasilkan akan dipasarkan untuk konsumen akhir dan juga konsumen bisnis. Untuk konsumen bisnis sendiri lebih dikhususkan bagi mereka yang berada di industri HOREKA (Hotel, Restoran, Kafe) dan juga para “*Reseller.*” Pada saluran distribusi produk, konsumen akhir hanya dapat membeli produk melalui toko resmi dari “*E-commerce*” maupun dari para “*Reseller*” sedangkan para konsumen bisnis dapat mengadakan pertemuan langsung dengan pihak *Comerich Tea* untuk melaksanakan transaksi bisnis.

##### 2. Visi dan Misi Perusahaan

###### a. Visi

Menjadi produsen teh yang sangat dikenal dan dibanggakan masyarakat Indonesia karena kualitas produk yang tinggi serta kontribusi nyata yang dihadirkan untuk memberikan dampak besar bagi lingkungan sekitar.

###### b. Misi

Terus berinovasi untuk menghadirkan produk-produk teh berkualitas yang dapat disukai dan memberikan manfaat khususnya bagi masyarakat Indonesia demi





kualitas hidup yang lebih baik dengan selalu menjunjung tinggi sikap etis berbisnis yang dilandasi dengan rasa penuh tanggung jawab.

### 3. Produk

*Comerich Tea* menawarkan produk teh seduh alami yang menggunakan teh dengan tingkatan kualitas teratas (*Grade A*) atau biasa disebut *Peko* yang ditanam di dataran tinggi sehingga menghasilkan produk minuman yang sangat berkualitas. Adapun varian produk dari *Comerich Tea* saat ini adalah teh hijau Indonesia (*Indonesian Green Tea*) dan teh putih Fujian asal China. (*Fujian White Tea*)

**Tabel 9.1**  
**Produk Comerich Tea**

Nama Produk	Isi Bersih	Harga (Satuan Rupiah)	
		Konsumen Akhir	Konsumen Bisnis
Teh Hijau Indonesia	50 Gram	70.000/pcs	450.000/1 dus (1 dus isi 10 pcs)
Teh Putih Fujian	50 Gram	120.000/pcs	850.000/1 dus (1 dus isi 10 pcs)

Sumber : Comerich Tea, 2023

### 4. Persaingan

Industri minuman teh di Indonesia memang sudah sangat berkembang. Tidak mengherankan jika bahwa banyak sekali produsen teh khususnya dari dalam negeri yang menawarkan berbagai macam jenis minuman teh mulai dari teh seduh, teh celup, maupun teh dalam kemasan siap minum. Meski demikian, produk teh yang banyak beredar di masyarakat lebih didominasi oleh produk teh olahan yang tidak murni karena telah dicampur bahan lain seperti perasa, pewarna, pengawet dan sebagainya. Oleh karena itu, *Comerich Tea* hadir untuk memberikan produk teh dengan kelas yang berbeda yakni berupa teh seduh berkualitas tinggi untuk masyarakat Indonesia.



Adapun pesaing terdekat saat ini dalam kategori yang sama adalah *Tea Heaven* dan *Haveltea*. Berdasarkan analisis *Competitive Profile Matrix* yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Total Weight Score* dari *Comerich Tea* adalah sebesar 3,152. Angka ini lebih besar dari *Tea Heaven* (2,990) namun lebih kecil dari *Haveltea* (3,219). Sebagai pendatang baru, *Comerich Tea* mampu mengungguli *Tea Heaven* karena kualitas produk, kegiatan promosi, dan kemasan yang dimiliki *Comerich Tea* lebih baik daripada *Tea Heaven*. Meski demikian, saat ini *Comerich Tea* masih tertinggal dari *Haveltea* karena *Haveltea* jauh lebih dahulu memasuki industri ini sehingga mereka lebih baik dalam hal promosi, ekuitas merek, saluran distribusi, serta kemasan yang lebih menarik.

#### 5. Target dan Ukuran Pasar

*Comerich Tea* adalah suatu usaha mikro yang memproduksi teh seduh alami berkualitas tinggi yang lebih diperuntukkan bagi masyarakat golongan menengah hingga atas. Saat ini *Comerich Tea* lebih berfokus untuk memenuhi permintaan konsumen akhir dan konsumen bisnis untuk daerah Bogor khususnya Sentul. Adapun konsumen bisnis yang dimaksud adalah mereka khususnya yang bergerak dalam industri HOREKA (Hotel, Restoran, dan Kafe) maupun para “*Reseller*.” Meskipun secara geografis terletak di Bogor, dengan mendayagunakan “*E-Commerce*” *Comerich Tea* juga dapat dikirimkan ke wilayah-wilayah lainnya di Indonesia.

#### 6. Strategi Pemasaran

Banyak sekali strategi pemasaran yang *Comerich Tea* lakukan agar produk dapat semakin dikenal masyarakat. Akan tetapi, strategi pemasaran yang paling *Comerich Tea* andalkan adalah dengan menciptakan diferensiasi produk melalui





**Tabel 9.3**  
**Kelayakan Keuangan**

Analisis	Kriteria Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Payback Period	$PP < 5$ Tahun	1 Tahun 9 Bulan 14 Hari	Layak
Net Present Value	$NPV > 0$	1.254.758.363	Layak
Profitability Index	$PI > 1$	4,69	Layak
Break Even Point	Penjualan $>$ BEP	Penjualan per tahun $>$ BEP per Tahun	Layak

Sumber : Tabel 7.18, Tabel 7.19, Tabel 7.20 (data diolah)

### B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Berdasarkan hasil perhitungan kelayakan investasi yang telah dilakukan pihak *Comerich Tea* maka didapati hasil sebagai berikut,

1. Melalui hasil perhitungan *Payback Period*, proyek bisnis *Comerich Tea* mendapatkan kembali biaya investasi awal dalam waktu 1 tahun 9 bulan 14 hari yang berarti lebih cepat daripada umur ekonomis bisnis (5 tahun);
2. Melalui hasil perhitungan *Net Present Value*, proyek bisnis *Comerich Tea* layak untuk diterima karena nilai NPV lebih besar daripada nol yakni sebesar Rp 1.254.758.363;
3. Melalui hasil perhitungan *Profitability Index*, proyek bisnis *Comerich Tea* layak untuk diterima karena nilai PI lebih besar daripada 1 yakni sebesar 4,69;
4. Melalui hasil perhitungan *Break Even Point*, proyek bisnis *Comerich Tea* layak dijalankan karena jumlah penjualan pertahunnya selalu lebih besar dari nilai BEP.

Karena proyek bisnis *Comerich Tea* berhasil memenuhi seluruh kriteria kelayakan investasi tersebut maka dapat dikatakan bahwa rencana bisnis teh seduh *Comerich Tea* ini layak untuk diterima.