

BAB VI KESIMPULAN

A. PENDAHULUAN

Setelah mengalami penurunan selama adanya pandemi, bisnis makanan dan minuman kembali berkembang lagi. Sekarang para pengunjung bisa menikmati makanan dan minuman di tempat. Menurut data dari BPS, masyarakat Jakarta merupakan masyarakat yang cenderung memiliki nilai konsumtif yang tinggi sehingga diputuskan untuk membuat usaha di wilayah DKI Jakarta.

Pada saat ini, budaya Korea sangat menarik minat sebagian besar masyarakat Indonesia, berawal dari drama Korea dan K-pop, banyak masyarakat yang juga penasaran dan suka akan makanan khas Korea, dapat dilihat bahwa saat ini banyak restoran Korea yang memulai bisnis di daerah DKI Jakarta. Setelah dilakukan survey kebanyakan penggemar K-pop di Jakarta berdomisili di Jakarta Selatan.

Kkum Pocha merupakan tempat makan yang menyajikan hidangan *street food Korea*, *Kkum Pocha* dirancang sedemikian rupa untuk menyerupai jalanan di Korea Selatan yang penuh oleh gerobak-gerobak *street food*. Nama *Kkum Pocha* sendiri berasal dari *Kkum* yang memiliki arti mimpi dan *Pocha* yang berasal dari kata *Pojang Macha*. *Pojang Macha* memiliki arti sebagai kedai makanan dalam bahasa Korea. *Kkum Pocha* memiliki tempat dan suasana yang unik dan baru dengan harapan para milenial yang suka mencari tempat unik dan instagramable bisa menemukan suasana yang baru dan nuansa baru ketika berada di *Kkum Pocha*.

Kkum Pocha juga didekorasi dan terinspirasi dari boygroup asal Korea bernama NCT. NCT merupakan salah satu grup idola Korea yang terkenal tidak hanya di Korea tapi di Indonesia. NCT berhasil menjual seluruh tiket Konser di Jakarta pada tanggal 4 dan 5 November 2022 menandakan kepopuleran mereka di Indonesia. *Kkum Pocha* didominasi dengan warna hijau dan menggunakan *stone floor tiles* untuk memberikan situasi outdoor. *Kkum Pocha* berlokasi di Daerah Senopati, Jakarta Selatan. *Kkum Pocha* memiliki tempat yang cukup strategis dan konsep yang layak untuk dijalankan berdasarkan permintaan.

B. ANALISIS PASAR

Analisis pasar *Kkum Pocha* dilakukan melalui sebuah survey. Survey diisi oleh 233 responden yang berdomisili di DKI Jakarta. Sebagian besar dari responden memiliki respon yang positif terhadap konsep yang akan digunakan di *Kkum Pocha*. Melalui survey dapat diketahui bahwa sasaran pasar *Kkum Pocha* merupakan pelajar dan pekerja swasta perempuan dengan perilaku menghabiskan satu sampai dua jam di restoran dengan pengeluaran Rp. 100.000 – Rp. 200.000.

Kkum Pocha akan memberikan diskon yang menarik di hari-hari tertentu dan memberikan freebies pada saat ada hari penting untuk idola. Untuk meningkatkan engagement dari *Kkum Pocha*, *Kkum Pocha* melakukan kerjasama dan promosi melalui influencer yang sesuai dengan bidang *Kkum Pocha* dan *Kkum Pocha* juga akan menjadi media partner dan memberikan tempat bagi *fanbase* yang akan menyelenggarakan acara di *Kkum Pocha*. *Kkum Pocha* juga akan bekerja sama dengan *platform online*

untuk memudahkan pelanggan melakukan transaksi dan juga memesan secara *online*. *Packaging* yang digunakan di *Kkum Pocha* adalah *packaging* yang *eco-friendly*.

C. ANALISIS OPERASIONAL DAN ORGANISASIONAL

Kkum Pocha didirikan di Senopati dengan pertimbangan bahwa Senopati memiliki akses yang banyak dengan menggunakan kendaraan umum dan bagi yang menggunakan kendaraan pribadi, akses jalanan di Senopati merupakan akses yang mudah untuk ditempuh. *Kkum Pocha* terletak di tengah kota dekat dengan perkantoran dan juga pusat perbelanjaan yang membuat *Kkum Pocha* memiliki lokasi yang cukup strategis. Daerah Senopati juga masih memiliki lahan yang luas. *Kkum Pocha* sendiri memiliki luas 810 m² dengan kapasitas maksimum 120 orang. Fasilitas dalam *Kkum Pocha* dibagi menjadi dua yaitu area untuk pegawai (*back office*) dan area umum. *Kkum Pocha* dilengkapi dengan seperangkat alat elektronik seperti CCTV, Wi-fi, LCD, Proyektor, dan fasilitas pendukung lainnya yang dapat memudahkan pegawai dan pengunjung.

Pegawai di *Kkum Pocha* berjumlah 23 orang termasuk komisaris dan juga manajer. Setiap pegawai memiliki waktu kerja selama sembilan jam dengan satu jam istirahat. Mengenai hak dan kewajiban pegawai, *Kkum Pocha* akan mengikuti peraturan perundang-undangan dari pemerintah. Begitu pula dengan bisnis *Kkum Pocha* akan berjalan dibawah undang-undang yang berlaku. Berdasarkan dari analisis operasional dan organisasional *Kkum Pocha*, *Kkum Pocha* layak untuk didirikan.

D. ANALISIS FINANSIAL

Investasi awal yang dilakukan *Kkum Pocha* adalah sebesar Rp. 1.787.756.838. Investasi awal ini menggunakan modal pemilik sebesar 40% dan pinjaman bank sebesar 60%. Di tahun pertama diperhitungkan bahwa *Kkum Pocha* dapat memiliki penjualan sebesar Rp. 201.670.346. Dengan perhitungan yang telah dilakukan oleh *Kkum Pocha*, *Kkum Pocha* akan balik modal dalam jangka waktu dua tahun dua bulan satu hari.

