

RINGKASAN EKSEKUTIF

KOZA Skin Care merupakan usaha yang bergerak di industri *beauty and personal care* dengan bahan baku berupa ampas kopi. KOZA melihat adanya peluang dari masalah yang dihadapi masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhan dalam penggunaan scrub. Masyarakat perkotaan memiliki gaya hidup yang sibuk sehingga membutuhkan produk yang praktis. Produk scrub kopi yang ada saat ini berbentuk bubuk yang akan memberikan kesan berantakan saat digunakan. Selain itu permintaan akan produk perawatan kulit terus meningkat sebesar 20% setiap tahunnya menurut Euromonitor sedangkan pemain dalam industri scrub kopi masih sedikit. Sehingga KOZA memutuskan untuk membuat produk scrub berbentuk padat yang praktis dan unik dengan nilai tambah dengan mendaur ulang ampas kopi serta ramah lingkungan untuk menasar konsumen yang peduli lingkungan. Nilai tersebut diuji dengan menggunakan penelitian kualitatif melalui *in-depth interview* dan penelitian kuantitatif dengan melakukan *focus group discussion*. Kemudian dilanjutkan dengan pengujian melalui kegiatan tes alfa dan tes beta.

KOZA membuat perencanaan selama satu tahun kedepan dari setiap divisi. Selama proses *business project* berjalan, KOZA telah melakukan penjualan melalui media online instagram dan e-commerce. KOZA mampu memberikan tingkat pengembalian investasi ROI sebesar 32%. Sedangkan untuk *break even point* terjadi dengan total penjualan sebanyak 676 pcs per tahun atau setara dengan pendapatan sebanyak Rp 28.224.000. KOZA memiliki kapasitas produksi sebanyak 300 scrub per bulannya. Selama berjalannya *business project* terdapat banyak pembelajaran yang terjadi, diantaranya banyak faktor tidak terduga. Namun dengan adanya cadangan alternatif atau *safety stock* perlengkapan bisnis dapat berjalan dengan baik.

EXECUTIVE SUMMARY

KOZA Skin Care is a business engaged in the beauty and personal care industry, using spent coffee grounds waste as the main materials. KOZA sees an opportunities from the Indonesian society's needs of scrubs. The Urban society favors practical products because of their busy lifestyle. Coffee scrub products that are in the current market are in the form of powder, which gives a messy impression during application. In addition to this, the demand for skin care products continue to increase by 20% every year according to Euromonitor whereas players in the coffee scrub industry is still relatively small. Therefore KOZA decided to create a practical and unique and practical products with an added value by recycling coffee grounds and making an environmentally friendly product for target consumers who care about the environment. The mentioned value was tested using qualitative research through in-depth interview and focus group discussion. Then, the products were still tested by alpha test and beta tests.

KOZA has made a plan over the next year from each division. During the process of running the business project, KOZA has made sales through online media instagram and e-commerce. KOZA is able to provide ROI return on investment ROI 32%. Break even point occurs in sales of 676 pieces each year and around Rp 28.224.000 income. KOZA have the maximum production capacity at 300 pieces per month. Throughout the business project there was many lessons learnt, a lot come from unexpected factors. However, with alternative backup strategies and safety stock business would run well.