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

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Sabun Organik *Tickled Pink* adalah bisnis yang bergerak di industri sabun yang menjual sabun dengan bahan baku yang organik sehingga tidak mengandung bahan kimia

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari Usaha Sabun Organik *Tickled Pink* adalah "Menjadikan Sabun Organik *Tickled Pink* sebagai sabun organik yang berkualitas, inovatif, dan dipercaya oleh masyarakat Indonesia". Sedangkan misi dari Usaha Sabun Organik *Tickled Pink* adalah sebagai berikut.

a. Menggunakan bahan baku yang berkualitas dalam memproduksi Sabun Organik *Tickled Pink*.

b. Mengutamakan kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap produk Sabun Organik *Tickled Pink.*

c. Menggunakan kreativitas dan inovasi dalam pengembangan produk Sabun Organik *Tickled Pink*.

3. Produk

Produk yang ditawarkan oleh Sabun Organik *Tickled Pink* adalah sabun batang organik dengan berbagai varian buah, sayur, dan kopi. Sabun Organik *Tickled Pink* membuat varian sabun dengan bahan yang sering dijumpai

masyarakat pada umumnya, tetapi jarang ditemukan varian sabun dengan bahan baku tersebut di pasaran sehingga membuat Sabun Organik *Tickled Pink* unik.

4. Persaingan

Pesaing merupakan hal yang wajar dan pasti dihadapi oleh setiap pebisnis. Perusahaan membutuhkan informasi-informasi mengenai data perusahaan pesaing guna merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing secara efektif. Pesaing Sabun Organik *Tickled Pink* adalah Sabun Organik *The Soap Story* dan Sabun Organik *Seven Cactus*. Produk yang ditawarkan oleh kedua pesaing cukup sama dengan produk yang ditawarkan oleh Sabun Organik *Tickled Pink*. Dari analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM), Sabun Organik *Tickled Pink* direncanakan memperoleh nilai sebesar 3,20 sedangkan untuk Sabun Organik *The Soap Story* memperoleh nilai sebesar 3,15 dan Sabun Organik *Seven Cactus* memperoleh nilai sebesar 2,90. Sabun Organik *Tickled Pink* memiliki kekuatan dibanding pesaing yaitu memiliki harga produk yang terjangkau, kualitas produk yang baik, dan selain berjualan di media sosial dan *marketplace*, Sabun Organik *Tickled Pink* juga aktif berpartisipasi dalam acara bazar. Kelemahan dari Sabun Organik *Tickled pink* adalah varian produk yang belum banyak dan merek yang belum dikenal oleh masyarakat.

5. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar dari Sabun Organik *Tickled Pink* adalah masyarakat Indonesia, khususnya wanita dengan umur 18-30 tahun yang merupakan masyarakat kalangan menengah ke atas yang memiliki kulit sensitif dan menyukai produk-produk alami dan gaya hidup yang peduli terhadap lingkungan.

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

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

6. Strategi Pemasaran

Sabun Organik *Tickled Pink* memiliki beberapa strategi pemasaran yang akan dilakukan yaitu:

a. Memasang iklan di media sosial yaitu di Instagram (*Instagram Ads*). Iklan yang ditampilkan berisi logo, varian produk, dan kontak atau akun media sosial Sabun Organik *Tickled Pink.* Sedangkan dalam *marketplace*, Sabun Organik *Tickled Pink* akan mendaftarkan tokonya sebagai *Power Merchant* di Tokopedia dan menggunakan *Tool Auto* Promosi di Shopee.

b. Melakukan kerja sama dengan selebgram/*influencer* untuk meng-*endorse* atau melakukan testimoni terhadap produk Sabun Organik *Tickled Pink*.

c. Berpartisipasi dalam kegiatan bazar untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat.

7. Tim Manajemen

Sabun Organik *Tickled Pink* merupakan bisnis dengan struktur organisasi sederhana di mana Sabun Organik *Tickled Pink* membutuhkan 3 orang tenaga kerja yang berkompeten dan bertanggung jawab atas setiap pekerjaan yang diberikan sehingga memahami dan mampu menjalankan seluruh aktivitas operasional toko. Rencana kebutuhan tenaga kerja Sabun Organik *Tickled Pink* adalah 1 orang manajer, 1 orang staf produksi, dan 1 staf penjualan. Jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan akan meningkat seiring berjalannya usaha.

8. Kelayakan Keuangan

Analisis keuangan dilakukan untuk menentukan usaha Sabun Organik *Tickled Pink* layak untuk dijalankan atau tidak. Analisis keuangan yang

dilakukan yaitu *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *profitability index* (PI), dan *break-even point* (BEP) yang dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 9.1

Kesimpulan Kelayakan Investasi Sabun Organik *Tickled Pink*

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Payback Period	5 tahun	1 tahun 20 hari	Layak
Net Present Value	NPV > 0	125.217.181 > 0	Layak
Profitability Index	PI > 1,0	1,5832423757 > 1,0	Layak
Break Even Point	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan per tahun > Nilai BEP per tahun	Layak

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Berdasarkan ringkasan kegiatan usaha di atas yang meliputi konsep bisnis, visi dan misi perusahaan, produk, persaingan, target dan ukuran pasar, strategi pemasaran, tim manajemen, dan yang paling utama adalah kelayakan keuangan yaitu dengan melakukan lima analisis yaitu pada analisis *payback period* (PP) diperkirakan Sabun Organik *Tickled Pink* akan mencapai titik balik modal dalam waktu 1 tahun 20 hari, untuk *net present value* (NPV) nilainya lebih besar daripada 0 yaitu Rp 125.217.181, untuk *profitability index* (PI) nilainya lebih daripada 1 yaitu 1,58, sedangkan untuk analisis *break-even point* (BEP) nilai penjualan yang dilakukan oleh Sabun Organik *Tickled Pink* lebih tinggi dibandingkan nilai BEP setiap tahunnya maka bisnis Sabun Organik *Tickled Pink* bisa direkomendasikan dan 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