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 Gie

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

A. Ringkasan Kegiatan Usaha, mencakup:

1. Konsep bisnis

Bisnis minuman "DIY" ini adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang minuman yang memiliki konsep yang berbeda dengan bisnis minuman yang lainnya. "DIY" yang memiliki kepanjangan dari *"Do It Yourself"* dengan arti "membuat sendiri" ini ingin memberikan pengalaman yang berbeda untuk para pembelinya dimana para pembeli dapat memilih dan mengambil sendiri *topping* dan jenis minuman sesuai dengan selera mereka , sesuai dengan tagline kami yaitu *"Make Your Own Drink"*.

2. Visi dan Misi perusahaan

a) Visi

Visi dari "DIY" adalah memberikan pengalaman yang berbeda kepada para pembeli, serta memberikan pelayanan yang terbaik dan berkesan sehingga pelanggan senantiasa mau datang kembali.

b) Misi

Misi "DIY" adalah :

1. Memberikan pengalaman baru dan berbeda serta berkesan untuk para pelanggan, agar mereka senantiasa mau datang kembali.

2. Menyediakan segala bahan untuk menciptakan minuman yang terbaik dan bermanfaat untuk para pelanggan, namun dengan harga yang terjangkau.
3. Membuka cabang-cabang lain di kota-kota besar lainnya.

3. Produk / jasa

Produk yang dijual oleh "DIY" adalah minuman dalam bentuk dingin dan manis, ada 6 jenis yaitu Milk Tea, Earl Gray Milk Tea, Matcha, Chocolate, Banana MilkShake, Strawberry MilkShake, dengan beberapa pilihan topping seperti bobba/pearl, popping boba, grass jelly, dan rainbow jelly. Semua minuman ini dengan berbahan dasar powder, teh dan susu, yang membedakan "DIY" menggunakan powder dan susu dengan kualitas terbaik, serta menciptakan menu yang berbeda dari para pesaing.

4. 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. Pesaing dari "DIY" adalah Dum-Dum Thai Drink dan Calais. Produk yang dijual oleh kedua pesaing cukup mirip dengan produk yang "DIY" jual. Dari hasil analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM) "DIY" memperoleh nilai terbesar yaitu 3.7, sedangkan untuk Dum-Dum Thai drink sebesar 3.05 dan Calais sebesar 3.0. "DIY" memiliki kekuatan dibanding pesaingnya yaitu Harga yang lebih murah, tempat yang lebih nyaman,Varian topping yang lebih banyak, kualitas produk yang baik. Kelemahan yang dimiliki "DIY' adalah Varian rasa yang terbatas.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

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 Gie

5. Target dan ukuran pasar

Target pasar dari "DIY" adalah untuk masyarakat kalangan menengah kebawah tetapi tidak menutup kemungkina juga untuk kalangan atas, yang bertempat tinggal di daerah Kelapa Gading- Jakarta Utara dan sekitarnya yang memiliki gaya hidup dan kegemaran untuk meminum minuman manis dan dingin baik hanya untuk dibawa pulang ke rumah maupun yang hendak berkumpul bersama teman-temannya.

6. Strategi pemasaran

"DIY" memiliki beberapa strategi pemasaran yang akan dilaksanakan yaitu:

1. Media sosial

   "DIY" akan membuat Instagram untuk mempromosikan dan memberikan informasi mengenai "DIY" beserta produk- produknya, serta untuk mendapatkan feedback dari para pelanggan. Selain itu "DIY" juga membuat akun di Zomato yang berisi mengenai informasi dari restoran (lokasi, jam operasional, kontak), daftar menu, serta review para pelanggan.

2. Periklanan

   "DIY" memilih untuk mempromosikan bisnisnya selain foto – foto di akun insgram tetai melalui Ads nya juga , dimana Ads nya ini nanti muncul dalam rupa foto dan video dari lokasi "DIY", Ads ini akan muncul sesuai dengan target dan segmentasi yang telah kita pilih sehingga iklan ini tidak akan salah target tujuan.

3. Pemasaran langsung

Pemasaran langsung yang dimaksud disini adalah para pegawai "DIY" yang langsung menjelaskan dan menjual produknya saat para pelanggan datang ke lokasi, disini juga para peanggan akan dijelaskan bagaimana tahapan dalam membeli minumannya.

7. Tim manajemen

"DIY" merupakan sebuah bisnis dengan struktur organisasi yang sangat sederhana dimana "DIY" hanya membutuhkan 5 orang tenaga kerja yang berkompeten dan bertanggung jawab atas setiap pekerjaan yang diberikan sehingga dapat memahami dan mampu menjalankan seluruh kegiatan operasional dengan baik. Rencana kebutuhan tegana kerja ini terdiri dari 1 orang Manajer, 1 orang Bagian Produksi, 1 orang Kasir dan 2 orang Kasir *Part Time.*

8. Kelayakan keuangan

Analisis keuangan dilakukan untuk menentukan usaha "DIY" 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 yaitu:

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik BIKKG 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.

Tabel 9.1

Kesimpulan Kelayakan Investasi "DIY"

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Payback Period	5 Tahun	3 Tahun 4 Bulan 17 Hari	Layak
Net Present Value	NPV > 0	Rp 109.734.550	Layak
Profitability Index	PI > 1	1.243507781	Layak
Internal Rate of Return	IRR > 10.72 %	19.355 %	Layak
Break Even Point	Penjualan > BEP	Penjualan per tahun > BEP per tahun	Layak

Sumber : Bab 7 , Data diolah

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 penting kelayakan keuangan yaitu dengan melakukan lima analisis yaitu pada analisis *Payback Period* (PP) diperkirakan "DIY" akan mencapai titik balik modal dalam waktu 3 Tahun 4 Bulan 17 Hari, untuk *Net Present Value* (NPV) nilainya lebih besar daripada 0 yaitu Rp 109.743.550, untuk *Profitability Index* (PI) nilainya lebih besar dari 1 yaitu 1.243507781, *Internal Rate of Return* (IRR) nilainya lebih dari *rate of return* (10.72 %) yaitu 19.355 %, sedangkan untuk analisis *Break-Even Point* (BEP) nilai penjualan yang dihasilkan oleh "DIY" pert tahunnya lebih tinggi daripada nilai BEP nya, maka bisnis "DIY" bisa direkomendasikan dan layak untuk dijalankan.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie