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

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Masyarakat Indonesia menengah ke atas sering kali menggunakan kendaraan bermotor untuk membantu aktivitas terutama dalam hal transportasi menuju tempat tujuan, baik itu menggunakan kendaraan bermotor roda dua maupun roda empat.Kendaraan bermotor diperlukan perawatan yang berkala agar fungsi dan keamanannya tetap terjaga.Berdasarkan hal ini, banyak pengusaha yang membuka jasa bengkel untuk perawatan kendaraan karena permintaan akan jasa ini

sangatlah besar. Maka dari itu terbentuklah rencana bisnis pendirian usaha *Vin's Auto Garage* yang bergerak di bidang jasa bengkel mobil.

2. Visi dan Misi Perusahaan

*Vin's Auto Garage*memiliki visi, "Menjadi Solusi Tepat untuk Perawatan Mobil Anda". Sedangkan misinya adalah sebagai berikut:

a. Memberikan pelayanan yang ramah dan bersahabat
b. Memberikan diagnosa yang tepat kepada kendaraan pelanggan
c. Menggunakan peralatan dan perlengkapan berbasis teknologi moderen
d. Menumbuhkan perekonomian di daerah *Vin's Auto Garage* berdiri
e. Memberikan konsumen kepuasan atas hasil kerja *Vin's Auto Garage*
f. Memberikan kesejahteraan bagi rekan bisnis yang terkait

3. Jasa

Jasa yang dijual *Vin's Auto Garage* adalah jasa perbaikan dan perawatan roda empat yang terletak di Bursa Otomotif, Sunter, Jakarta Utara.

4. Persaingan

Vin's Auto Garage memiliki 2 pesaing yaitu Butik Oli Mobil dan Elika *Automotive Performance* yang berada dalam domisili yang sama. Berikut adalah sekilas hasil pengamatan yang dilakukan yang dapat dilihat pada Tabel 9.1 yang berasal dari Tabel 3.1.

Tabel 9.1

Perbandingan Pesaing

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Butik Oli Mobil	3. Terdapat semua jenis oli lokal	3. Tidak ada *tuning* mesin 4. Tidak ada *tune up carbon*

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

	4. Terdapat semua jenis oli impor	*flushing*
Elika *Automotive Performance*	3. *Tune up* mobil CBU dan *performance* tinggi	3. Alat-alat yang dipakai terlalu mahal 4. Sasaran hanya untuk mobil *high performance* bukan mobil harian

Sumber: *Observasi Penulis, Maret 2019*

Para pesaing dari *Vin's Auto Garage* memiliki kekuatan dan kelemahannya masing-masing.*Vin's Auto Garage* melihat kelemahan dari pesaing sebagai peluang dan kekuatan pesaing sebagai pembelajaran yang dapat dicontoh dan ditiru jika itu baik.

5. Target dan Ukuran Pasar

Vin's Auto Garage memiliki target pasar seluruh masyarakat Jakarta dengan usia 17 tahun ke atas, dan segala ras, agama, suku dan kebangsaan serta berfokus pada semua jenis kelamin. Masyarakat dari kalangan menengah hingga atas dengan gaya hidup yang mempunyai mobilitas tinggi dengan kendaraan roda empat, serta memiliki sikap peduli terhadap kesehatan kendaraannya menjadi target pasar dari *Vin's Auto Garage*.Dalam data yang disajikan dalam Bab I menjelaskan bahwa masih luas kesempatan peluang usaha sejenis *Vin's Auto Garage*.Melihat pertumbuhan kendaraan bermotor setiap tahun meningkat sebesar 8,84%.

6. Strategi Pemasaran

Vin's Auto Garage memiliki beberapa strategi pemasaran yang dilakukan sebagai berikut:

b. Sosial media

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

Salah satu media yang akan digunakan oleh *Vin's Auto Garage* dalam memasarkan bisnisnya adalah media sosial. Media sosial dipilih sebagai media pemasaran yang utama karena biaya promosinya yang murah dan memiliki pengguna yang banyak. Di era globalisasi sekarang, kecanggihan teknologi diimbangi dengan penggunaan internet yang semakin berkembang. Cara yang digunakan dalam pemasarannya adalah *endorsement* ataupun *paid partnership* dengan para *influencer*.

c. *Website*

Metode promosi yang kedua adalah pemasaran melalui *website*. *Vin's Auto Garage* menggunakan metode ini dengan alasan agar konsumen dapat menjangkau jasa yang dijual *Vin's Auto Garage* dengan sangat cepat. Informasi bengkel, visi misi, dan jasa yang dihasilkan dapat dilihat di sana. Perusahaan yang memiliki *domain* tersendiri memiliki kesan bahwa perusahaan ini kompatibel dan terpercaya. Hampir semua perusahaan besar di Indonesia menggunakan *website* untuk keperluannya dalam hal pemasaran.

d. Brosur

Vin's Auto Garage menggunakan media cetak untuk memasarkan bisnisnya. Brosur berfungsi untuk memberitahu keberadaan suatu bisnis dan mengetahui apajasa yang dijual dari bisnis tersebut. Brosur digunakan untuk pemasaran berskala kecil.

7. Tim Manajemen

*Vin's Auto Garage*akan mempekerjakan 6 orang tenaga kerja, yang memiliki *job desk* sesuai dengan bagiannya. *Service Advisor (SA)* berjumlah 1

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.

orang, montir 4 orang, dan *office boy* 1 orang. Seluruh bagian divisi bertanggung jawab kepada manajer.Tugas manajer sendiri adalah mengawasi kinerja yang dilakukan oleh semua divisi dan sebagai pemberi keputusan akhir dalam melakukan suatu tindakan kerja.

8. Kelayakan Keuangan

Analisis kelayakan usaha dilakukan untuk menilai apakah suatu investasi layak dilakukan pada usaha tersebut atau tidak.Dalam hal ini, *Vin's Auto Garage* menggunakan 3 analisis usaha yang dilakukan yaitu *Net Present Value (NPV), Profitability Index (PI),* dan *Payback Period (PP).*

Analisis *NPVVin's Auto Garage* nilainya sama dengan 0 yaitu Rp 4.622.867.698,87,-. *Payback Period* kurang dari 5 tahun yaitu selama 2 tahun 11 bulan 17 hari.*Profitability IndexVin's Auto Garage* lebih besar dari 1 yaitu sebesar 3,2962772029. Dari ketiga analisis di atas menunjukkan bahwa usaha *Vin's Auto Garage* layak untuk dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

Berupa Buku Teks

David, Fred R., Forest R. David (2015), *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases*, Edisi 15, New Jersey: Pearson Education.

Dessler, Gary (2013), *Human Resource Management*, Edisi 13, Global Edition, Pearson Education.

Ebert, Ronald J., Ricky W. Griffin (2015), *Business Essentials*, Edisi 10, Global Edition, Pearson Education.

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