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 IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Binsis

Di era modern seperti sekarang ini, bisnis kuliner khususnya makanan ringan menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan untuk digeluti dan mempunyai prospek yang baik di masa depan. Gaya hidup orang dewasa ini yang gemar mengkonsumsi makanan ringan praktis dan lezat membuat penulis memikirkan ide konsep *snack* yang tidak hanya lezat namun juga baik bagi kesehatan tubuh. Penulis memilih bahan dasar rumput laut *nori* karena unik untuk dikreasikan dan kaya akan manfaat bagi tubuh manusia. NoriKu merupakan *snack* yang terbuat dari perpaduan antara *nori* dan kembang tahu kering yang diolah dengan tingkat kualitas yang baik dan mutu yang terjaga. NoriKu akan menjadi salah satu pilihan *snack* favorit berbagai kalangan khususnya kalangan anak muda. NoriKu akan dipasarkan secara *offline* dan *online*.

2. Visi dan Misi

Visi :

a. Mengenalkan rumput laut (*nori)* kepada masyarakat dan menjadi produk makanan ringan berkualitas favorit semua orang.

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

Misi :

a. Menjaga kualitas setiap produk NoriKu hingga ke tangan konsumen.
b. Membangun citra produk yang baik di mata masyarakat yaitu makanan ringan sehat dan lezat.
c. Konsisten memberikan pelayanan terbaik, dengan harga yang sebanding dengan kualitas.
d. Membuka *stand* di berbagai area di Jabodetabek.

3. Produk

Snack NoriKu merupakan perpaduan antara *nori* dan kembang tahu yang diproses hingga mencapai kematangan yang sempurna dan hadir dalam beberapa pilihan variasi rasa yang menggugah selera yaitu original, pedas, dan wijen. NoriKu menawarkan produk yang *fresh* karena diproduksi setiap hari. Makanan ringan ini menawarkan rasa alami dan premium sesuai dengan slogan usaha yaitu "*premium taste of seaweed"* dan cocok dikonsumsi berbagai kalangan dari muda hingga lanjut usia.

4. Persaingan

Dalam usaha bisnis dewasa ini, persaingan bisnis khususnya di bidang kuliner sangat ketat dan kompetitif. Dengan kualitas produk dan keunikan yang dimiliki NoriKu menjadikan NoriKu dapat bersaing dengan usaha lainnya. Di daerah Tanjung Priok dan Jakarta terdapat 2 pesaing yang cukup besar yaitu rumput laut Taokaenoi dan Mamasuka. Dalam analisis CPM, didapatkan hasil *score* untuk NoriKu, Taokaenoi, dan

Mamasuka. NoriKu memperoleh score 2,95 sedangkan Taokaenoi memperoleh *score* 3,37 dan rumput laut Mamasuka memperoleh *score* 2,8. NoriKu memiliki kekuatan dari sisi kualitas produk yang dapat dibilang menandingi pesaingnya, tetapi tetap memiliki kelemahan dari sisi *brand* karena usaha ini baru didirikan dan belum dikenal masyarakat.

5. Target dan Ukuran Pasar

Target utama NoriKu adalah kalangan anak muda dan masyarakat umum yang memiliki kesadaran tinggi akan pentingnya gaya hidup sehat yang berada di Jakarta dan berbagai daerah di Indonesia. Selain itu tidak menutup kemungkinan juga orang-orang yang berusia diluar dari kelompok tersebut dapat menjadi target konsumen NoriKu.

6. Strategi Pemasaran

NoriKu menerapkan strategi pemasaran *Segmentation, Targetting, dan Positioning* (STP) dan *Marketing Mix* 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). NoriKu memasarkan produknya secara *offline* dan *online* sehingga media sosial menjadi media yang penting dan utama dalam memasarkan produk. Usaha lain yang juga dilakukan untuk memasarkan produk NoriKu yaitu melalui promosi-promosi seperti pemberian *flyer*, kartu nama, tester produk, dan pemasangan *banner* untuk meningkatkan *awareness* masyarakat sekitar terhadap produk NoriKu.

7. Tim Manajemen

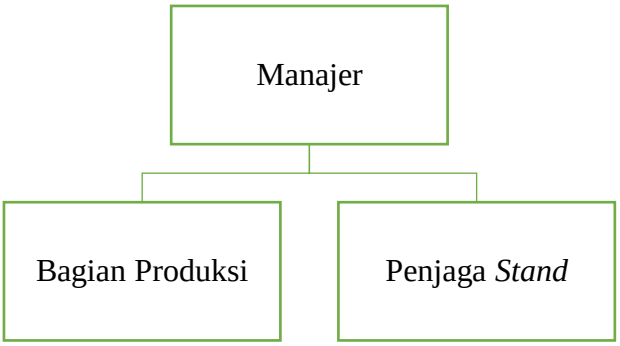
KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya 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 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

Tim manajemen NoriKu terdiri dari 3 orang dan masing-masing sudah memiliki tanggung jawab dan tugas yang jelas. Berikut adalah struktur organisasi NoriKu:

Gambar 9.1

Struktur Organisasi NoriKu



Sumber : NoriKu

Gambar diatas merupakan struktur tim manajemen NoriKu dimana semua bagian sudah memiliki tugasnya masing-masing.

8. Kelayakan Keuangan

Berikut Ini merupakan ringkasan kelayakan usaha NoriKu:

Tabel 9.1

Kesimpulan Kelayakan Usaha

Analisis	Batasan	Hasil Analisis	Keterangan
Break Event Point	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan > BEP Pertahun	Layak
Net Present Value	>0	Rp 40.647.421,37	Layak
Internal Rate of Return	>12,03%	32,01%	Layak
Payback Period	< 5 Tahun	3 tahun 1 bulan 13 hari	Layak

Sumber : NoriKu

Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa usaha NoriKu layak untuk dijalankan karena telah memenuhi kriteria keempat analisis kelayakan yang telah ditetapkan.

B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Setiap bisnis yang dijalankan pasti memiliki kelebihan dan kekurangan. NoriKu memiliki keunggulan dari sisi kualitas produk yang baik dan rencana inovasi di masa mendatang yang mungkin dapat menandingi pesaingnya. Ini menjadi salah satu nilai lebih, namun NoriKu juga memiliki kelemahan yaitu tergolong sebagai usaha yang baru didirikan dan belum dikenal masyarakat luas.

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