

BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Keripik Pisang Tepung De'Iis adalah bisnis yang bergerak di bidang kuliner yang khusus menjual keripik pisang tepung dari daerah Lampung. Konsep bisnis Keripik Pisang Tepung De'Iis ialah menyediakan keripik pisang dengan cita rasa lokal sehingga menjadi oleh-oleh khas dari daerah Lampung. Selain itu, Keripik Pisang Tepung De'Iis menciptakan cita rasa baru dalam keripik pisang yang sebelumnya belum pernah ada, yaitu keripik pisang menggunakan tepung dengan berbagai rasa yaitu rasa coklat karamel, rasa coklat original, rasa greentea, rasa keju pedas, rasa balado, dan rasa durian.

2. Visi dan Misi Perusahaan

- a. Visi : Menjadikan Keripik Pisang Tepung De'Iis sebagai produsen keripik pisang tepung yang terkenal akan kualitasnya dan memiliki cabang usaha di berbagai daerah.
- b. Misi dari Keripik Pisang Tepung De'Iis adalah :
 - Membuat produk yang sederhana dan unik
 - Melayani konsumen secara loyalitas
 - Memaksimalkan omzet penjualan

c. Tujuan

Tujuan memiliki 2 segmentasi sesuai dengan jangka waktunya, yaitu:





- Tujuan jangka pendek :
 - a. Memberikan kepuasan dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan
 - b. Keripik Pisang Tepung De’lis dapat dikenal oleh konsumen sebagai toko oleh-oleh Lampung
- Tujuan jangka panjang :
 - a. Membuka cabang baru di dalam negeri dan luar negeri
 - b. Membuat inovasi pada Keripik Pisang Tepung De’lis
 - c. Menjadikan Keripik Pisang Tepung De’lis sebagai ciri khas utama oleh-oleh dari Lampung

3. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Produk

Produk Keripik Pisang Tepung De’lis merupakan camilan khas Lampung. Keripik Pisang Tepung yang diproduksi menggunakan bahan-bahan yang berkualitas tinggi dan terjamin akan kebersihan produknya. Keripik Pisang Tepung De’lis dijual dengan harga Rp. 10.000 / 250gr. Varian rasa yang ditawarkan untuk pertama kali hanya rasa karamel, untuk kedepannya Keripik Pisang Tepung De’lis akan menambahkan beberapa varian rasa sesuai dengan permintaan dari konsumen.

4. Persaingan

Pesaing 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 secara efektif. Pesaing dari Keripik Pisang Tepung De’lis adalah Keripik Pisang Yen-Yen dan Keripik Pisang Suseno. Produk yang

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.



ditawarkan oleh kedua pesaing cukup sama dengan Keripik Pisang Tepung De’Iis namun memiliki perbedaan rasa dan kedua pesaing tidak menggunakan tepung. Dari analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM), Keripik Pisang Tepung De’Iis direncanakan memperoleh poin sebesar 3,3 sedangkan untuk Keripik Pisang Yen-Yen memperoleh poin sebesar 3,5 (di atas Keripik Pisang Tepung De’Iis) dan Keripik Pisang Suseno memperoleh poin sebesar 3,3 (sama dengan Keripik Pisang Tepung De’Iis). Keripik Pisang Tepung De’Iis memiliki kekuatan dibanding pesaing yaitu kualitas dan variasi produk, Lokasi usaha, Harga. Sedangkan kelemahan dari Keripik Pisang Tepung De’Iis adalah merek yang masih baru sehingga belum dikenal oleh konsumen.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar Keripik Pisang Tepung De’Iis adalah pria dan wanita usia 12 sampai 55 tahun, dan juga ditargetkan untuk konsumen pendatang ke Lampung khususnya para wisatawan maupun penduduk yang berdomisli di Lampung. Tidak hanya itu, Keripik Pisang Tepung De’Iis Memposisikan diri sebagai toko oleh-oleh pertama dengan produk keripik pisang dengan menggunakan tepung diLampung. sehingga toko Keripik Pisang Tepung De’Iis bisa selalu diingat oleh para konsumennya.

6. Strategi Pemasaran

Keripik Pisang Tepung De’Iis terdapat 3 strategi Pemasaran, yaitu :

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.



- a. Media Sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Path*. Penggunaan media sosial tidak ada batasannya sehingga dapat menjangkau semua konsumen dari berbagai jenis latar belakang dan lokasi.
- b. Brosur, yang akan disebar di daerah pertokoan Lampung serta di bandara agar diketahui oleh para pendatang dari luar daerah Lampung.

7. Tim Manajemen

Keripik Pisang Tepung De'lis merupakan bisnis dengan struktur organisasi sederhana, yang hirarki tertinggi berada di Manajer dan langsung membawahi 3 bagian yaitu produksi, administrasi, dan *quality control*. Pada bagian produksi terdapat 2 orang juru masak dan 2 orang bagian pengemasan. Bagian administrasi membutuhkan 2 orang yaitu pelayan dan kasir. Bagian *quality control* membutuhkan 1 orang. Tugas manajer sendiri yaitu melakukan pengawasan langsung terhadap semua karyawan yang berada di Keripik Pisang Tepung De'lis dan bertanggung jawab atas keberlangsungan bisnis.

8. Kelayakan Keuangan

Penulis telah melakukan berbagai macam analisis keuangan untuk menentukan apakah usaha Keripik Pisang Tepung De'lis layak untuk dijalankan. Analisis keuangan yang dilakukan yaitu nilai BEP, *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), dan *payback period* (PP). Hasilnya diperoleh bahwa pada BEP nilai Sales lebih tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan, untuk NPV didapat yaitu 91.223.563, untuk IRR sendiri diperoleh nilai sebesar 27,79% lebih besar dari tingkat bunga yang telah ditetapkan sebesar 11,36%, sedangkan untuk *Payback Period* diperoleh 2 tahun 7 bulan 13 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari analisis kelayakan

keuangan ini adalah bisnis Keripik Pisang Tepung De'lis layak untuk dijalankan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

