



BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Konsep Bisnis

Lee Siang Bakkwa merupakan makanan yang didasarkan dengan bahan dasar daging babi yang diolah menjadi dendeng bakar basah. Penjualan *Lee Siang Bakkwa* dilakukan melalui online yaitu lewat media social dan *E-Commerce* ternama.

B. Visi dan Misi Perusahaan

2. Visi

Visi *Lee Siang Bakkwa* adalah menjadi usaha dendeng daging babi lokal yang unggul dan terkemuka di Indonesia.

3. Misi

Misi *Lee Siang Bakkwa* yaitu:

- a. Menghasilkan produk daging babi yang berkualitas.
- b. Memberikan jasa layanan yang unggul.
- c. Mengelola penyelenggaraan usaha yang kredibel dan akuntabel.
- d. Memberikana manfaat kepada masyarakat dengan menciptakan lapangan kerja.

C. Produk Usaha

Produk yang akan ditawarkan oleh *Lee Siang Bakkwa* adalah produk makanan berbahan dasar daging babi yang memiliki 2 jenis produk yaitu dendeng bakar dan bacon atau lebih dikenal dengan samcan, untuk dendeng bakar memiliki 5 varian rasa yaitu Dendeng Bakar Manis Gula, Dendeng Bakar Manis Madu, Dendeng Bakar Pedas Level 1, Dendeng Bakar Pedas Level 2, dan Dendeng Bakar Pedas Level 5.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Persaingan

Persaingan yang dihadapi perusahaan dianalisa melalui perhitungan Company Profile Matrix (CPM). Lee Siang Bakkwa mendapatkan skor 3.75 dimana paling unggul jika dibandingkan dengan merk Bee Cheng Hiang dan Fei Bakkwa. Lee Siang Bakkwa dirancang untuk mengungguli pesaing dari segi harga produk dan kualitas rasa.

E. Target dan Ukuran Pasar

Target yang dituju oleh Lee Siang Bakkwa adalah anak-anak usia 5 Tahun sampai dengan orang tua usia 60 tahun dengan jenis kelamin pria maupun wanita, memiliki latar pendidikan apapun, pekerjaan apa saja, dan mencakup dari kelas menengah sampai kelas atas.

F. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang direncanakan *Lee Siang Bakkwa* adalah dengan memasarkan produknya secara online menggunakan iklan dari *e-commerce Top Ads* dan media sosial *Insta Ads*.

G. Tim Manajemen

Sebagai usaha yang baru dimulai dan masih berskala kecil, struktur organisasi yang digunakan oleh Lee Siang Bakkwa adalah struktur sederhana yang terdiri dari Manager, Produksi, Adm & Keuangan, dan Marketing.

H. Kelayakan Usaha

Setelah melakukan perhitungan keuangan, yakni proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, proyeksi neraca serta berbagai perhitungan untuk menilai kelayakan usaha, maka dapat disimpulkan kelayakan pendirian Lee Siang Bakkwa seperti berikut:



Tabel 9.1

Kelayakan Usaha

Analisa	Batas Kelayakan	Hasil Analisa	Kesimpulan
Payback Period	5 Tahun	1 Tahun 7 Bulan 11 Hari	Layak
Net Present Value	NPV>0	133.113.878	Layak
Profitibility Index	1	3,508833147	Layak
Internal Rate of Return	9.47% < IRR	9.47% < 60,46%	Layak
Break Event Point	Penjualan > nilai BEP	118.652.062	Layak

Sumber: *Lee Siang Bakkwa*

© 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.