



BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF/REKOMENDASI

A. Ringkasan kegiatan usaha

1. Konsep bisnis

Konsep bisnis tempat jasa penitipan dan perawatan anak *Jim Babycare* mengusung konsep jasa tempat penitipan dan perawatan bayi yang modern, aman, profesional dengan fasilitas dan infrastruktur yang memadai dan tenaga kerja yang kompeten. Tempat penitipan ini juga tetap mengedepankan kualitas pelayanan yang prima dan kepuasan konsumen. Selain tempat penitipan dan perawatan, anak dari konsumen yang dititipkan disini akan mengalami perkembangan baik secara fisik, mental, dan juga intelegesia karena disini mengedepankan konsep *One Stop Babycare* dimana di tempat ini anak dari konsumen akan mendapat semua layanan baik penitipan, perawatan, kesehatan, edukasi dalam satu tempat.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi dari perusahaan *Jim Babycare* adalah sebagai berikut:

- 1) Menjadi penyedia jasa penitipan dan perawatan bayi atau balita yang memberikan pelayanan yang berstandar paling tinggi di Indonesia
- 2) Memberikan kepuasan dan menciptakan kepercayaan kepada konsumen melalui pelayanan pelanggan yang baik
- 3) Memenuhi harapan pelanggan dengan kualitas terbaik
- 4) Meringankan beban pelanggan

tujuan perusahaan adalah menjadi pemimpin dalam industri penitipan anak dan mampu membuka cabang di seluruh Indonesia dan memperoleh kepercayaan dari pelanggan dan mampu memenuhi kepuasan konsumen.



Visi *Jim Babycare* adalah

Menjadi tempat penitipan bayi dan balita di Indonesia yang menjadi kepercayaan konsumen dan rumah ke dua bagi sang buah hati". Melalui pernyataan visi di atas diharapkan perusahaan tempat penitipan anak *Jim babycare* dapat menjadi pelopor dalam memberikan pelayanan penitipan dan perawatan bayi dan balita dan selalu menjadi pilihan nomor satu para orang tua.

3. Produk/Jasa

Jasa yang ditawarkan *Jim Babycare* adalah tempat penitipan dan perawatan anak yang dikemas dalam bentuk paket-paket yang bisa dipilih konsumen sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial. Paket yang ada disini terdiri dari 2 paket yaitu paket penitipan standar dan paket penitipan premium. Paket Standar yaitu paket penitipan dan perawatan anak, tetapi tidak mendapatkan jasa baby spa dan pijat dan mendapatkan pelayanan kesehatan dari dokter panggilan hanya 1x sebulan, sedangkan Paket Premium yaitu paket penitipan dan perawatan anak ditambah mendapatkan layanan jasa baby spa dan pijit dan mendapatkan layanan kesehatan dokter panggilan sebulan 2x dan mendapat keistimewaan bila ingin melakukan reservasi tempat dan batas penjemputan anak lebih lama. Semua paket ini bisa dibayar per bulan dan tahunan dan bisa dibayar dimuka jika memilih jangka waktu tahunan.

4. Persaingan/Pesaing langsung

Tempat penitipan dan perawatan anak *Jim Babycare* memiliki banyak pesaing di industri yang sama khususnya di wilayah Jakarta, Tetapi pihak *Jim Babycare* memutuskan untuk memilih 3 usaha babycare yang paling dekat jaraknya dan yang sudah ada terlebih dahulu yaitu Bintang waktu *Preschool and babycare*, *Triananda babycare*, *Wulandari*



babycare. Menurut pengamatan yang dilakukan penulis berikut ini merupakan detail data mengenai profil pesaing dari *Jim Babycare*.

- | | |
|--------------------|---|
| 1) Nama Perusahaan | : Bintang Waktu <i>Preschool and babycare</i> |
| Alamat | : Jl. Cempaka Putih Tengah 27 No. 42, Jakarta Pusat |
| No Telepon | : 021 – 4241586 |
| 2) Nama Perusahaan | : Triananda <i>Babycare</i> |
| Alamat | : Jl. Cempaka Baru VII No. 41, Jakarta Pusat |
| No Telepon | : 021 – 4249030 |
| 3) Nama Perusahaan | : Wulandari <i>Babycare</i> |
| Alamat | : Jl. Lancar Raya, Sumur Batu, Jakarta Pusat |
| No Telepon | : 021 – 4243455 |

5. Target dan Ukuran Pasar

Setelah perusahaan memilih segmen pasar yang akan dimasuki, strategi selanjutnya adalah menentukan target pasar atau pasar sasaran. Definisi umum dari targetting adalah proses memilih target market yang tepat bagi produk dan jasa perusahaan. Langkah dalam melakukan target pasar yaitu menganalisa permintaan konsumen, penentuan sasaran pasar, dan mengembangkan strategi pemasaran. Target pasar dari *Jim Babycare* yaitu para orang tua yang sibuk bekerja dan tidak memiliki waktu untuk mengurus anaknya dan tidak memakai jasa pengasuh anak di Wilayah Jakarta Pusat dan Jakarta Utara yang memiliki penghasilan minimal diatas 3 juta rupiah dan memiliki gaya hidup yang mobilitasnya tinggi dan menyukai sesuatu yang simpel dan praktis. Ukuran pasar dalam industri *babycare* cukup besar, tetapi sebagian sudah dikuasai oleh pesaing.



projection, proforma balance sheet serta berbagai perhitungan untuk menilai ataupun menganalisis kelayakan suatu usaha yang dapat dilihat pada Bab VII, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Melalui analisis *Break Even Point* dapat disimpulkan bahwa **Jim Babycare** merupakan bisnis yang layak untuk dijalankan. Hal ini dikarenakan Jumlah Pendapatan *Jim Babycare* setiap tahun lebih besar dibandingkan nilai *Break Even Point (BEP)*.
- 2) Perhitungan *Net Present Value (NPV)* **Jim Babycare** positif, yakni sebesar Rp.709.213.879. Hal ini menunjukkan bahwa **Jim Babycare** layak untuk dijalankan.
- 3) Berdasarkan perhitungan *Payback Period* diketahui bahwa jangka waktu pengembalian atas investasi usaha **Jim Babycare** adalah selama 2 tahun 2 bulan (lebih kecil dari umur investasi) sehingga bisnis ini layak untuk dijalankan.
- 4) *Internal Rate of Return (IRR)* **Jim Babycare** adalah 42.85% dimana nilai IRR ini lebih besar dari discount factor yang telah ditetapkan sebesar 19.94% sehingga usaha ini layak untuk dijalankan.

Berdasarkan semua kesimpulan diatas, *Jim Babycare* telah memenuhi segala aspek daripada analisis kelayakan bisnis yang telah dibahas pada Bab I-VIII sebelumnya sehingga usaha tempat penitipan *Jim Babycare* layak untuk dijalankan secara nyata.

Hak Cipta dimiliki oleh IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang. 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.



C Segmentasi Pasar

Menurut Kotler dan Armstrong (2002;28),” segmentasi adalah membagi sebuah pasar ke dalam kelompok-kelompok pembeli yang khas berdasarkan kebutuhan, karakteristik atau perilaku yang mungkin membutuhkan produksi atau bauran pemasaran yang terpisah dengan mengidentifikasi dan membagi pasar dalam kelompok yang berbeda”. Perusahaan dapat menunjukkan suatu strategi pemasaran yang spesifik kepada tiap kelompok antara lain :

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis mengharuskan pembagian pasar menjadi unit – unit geografis yang berbeda seperti negara, wilayah, provinsi, kota. Perusahaan dapat beroperasi dalam seluruh wilayah tetapi dapat memberi perhatian dalam variabel lokal. menurut segmentasi geografis, *Jim babycare* mempunyai target pasar yaitu dari segmen masyarakat yang tinggal di wilayah Jakarta Pusat dan Jakarta Utara. Daerah Jakarta Timur, Jakarta Barat, Jakarta Selatan tidak menutup kemungkinan juga ada yang menjadi target pasar *Jim babycare* dan wilayah lain seperti Bekasi, Tangerang, Depok, tetapi tidak sebesar target pasar di wilayah Jakarta Pusat dan Jakarta Utara tentunya.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis adalah segmentasi yang membagi-bagi pasar menjadi kelompok berdasarkan variabel-variabel demografik yaitu usia, jenis kelamin, pendapatan, generasi, dan kelas sosial. *Jim babycare* lebih memfokuskan segmentasi kepada ibu berusia 20-45



tahun yang sudah mempunyai anak berusia 0-5 tahun yang sibuk bekerja dan memiliki penghasilan rata-rata per bulan minimal Rp 3 juta ke atas dan tidak jarang ada yang memiliki penghasilan di bawah itu, tetapi tetap bisa memakai jasa *Jim babycare*.

Pekerjaan mereka biasa pengusaha, profesional, karyawan, pedagang.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pembelian menjadi kelompok berbeda berdasarkan gaya hidup atau kepribadian akan nilai. Variabel-variabel yang akan menjadi dasar pengelompokan dalam segmentasi psikografis adalah gaya hidup, kepribadian, dan nilai.

Pelanggan yang dituju *Jim babycare* adalah yang memiliki gaya hidup yang aktif dan dinamis sehingga mobilitasnya tinggi. Pelanggan yang tidak memiliki waktu ini lebih memilih menitipkan anaknya di *babycare* dari pada bingung untuk bagaimana merawatnya bila sedang bekerja, sedangkan untuk pelanggan yang memiliki gaya hidup mewah lebih memilih menyewa tenaga pengasuh yang bergaji jutaan rupiah per bulan seperti yang sering kita lihat di mal banyak yang memakai tenaga pengasuh bahkan lebih dari satu.

4. Segmentasi Perilaku

Dalam segmentasi perilaku, pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, pemakaian, atau tanggapan mereka terhadap suatu produk. Usaha *Jim Babycare* memfokuskan target pasarnya pada masyarakat yang memiliki gaya hidup yang mengikuti tren terkini, karena dengan gaya hidup yang dimana sudah terjadi emansipasi bahwa wanita yang sudah menikah dan memiliki anak masih bisa melanjutkan kerja dan meniti karier, semakin banyak yang tidak memiliki waktu untuk mengurus anak dan mereka juga takut jika harus meninggalkan anaknya dengan tenaga pengasuh karena takut diculik dan terjadi kekerasan, maka mereka lebih memilih cara

simpel dan praktis untuk menitipkan anaknya di *babycare* karena lebih aman, nyaman dan terpercaya.

② 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.