



## BAB IX

### RINGKASAN EKSEKUTIF

#### A. Ringkasan Kegiatan Usaha

Ringkasan eksekutif merupakan rangkaian isi dari rencana bisnis ini secara garis besar. Dalam ringkasan ini akan di bahas mengenai konsep bisnis, visi dan misi perusahaan, produk, persaingan, target dan ukuran pasar, setrategi pemasaran, tim manajemen, dan kelayakan keuangan.

##### 1. Konsep Bisnis

ALOAPELILA adalah bisnis yang bergerak dibidang kuliner dengan produk utamanya adalah roti dan *pastry*. Produk ALOAPELILA dibuat menyerupai kareker film ataupun bentuk lain seperti hewan. ALOAPELILA menjalankan bisnisnya secara online tanpa adanya toko fisik

##### 2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari ALOAPELILA adalah “menjadi produsen roti dan kue yang dikenal masyarakat luas baik di dalam maupun di luar negeri dengan keunikan dan integritas usaha yang baik.”

Adapun misi dari ALOAPELILA adalah sebagai berikut :

- 7) Melakukan inovasi dan pengembangan produk untuk memenuhi segala kebutuhan konsumen.



- 8) Mengedepankan keamanan dan keselamatan karyawan serta kesejahteraan karyawan.
- 9) Menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik.
- 10) Menjalankan usaha secara konsisten dan sesuai dengan SOP yang berlaku.
- 11) Menciptakan lingkungan kerja yang baik dan kondusif bagi karyawan serta menjaga kesejahteraan lingkungan sekitar perusahaan.
- 12) Terus menjaga kualitas produk dengan melakukan pengawasan secara menyeluruh terhadap proses pengoperasian usaha.

### 3. Produk

Produk ALOAPELILA adalah roti dan kue yang di buat menyerupai karakter atau bentuk lain seperti hewan atau bunga yang dipasarkan secara online. ALOAPELILA menyediakan tiga produk utama yaitu *steamed bun*, macaron, dan kue kering.

### 4. Persaingan

Bisnis ALOAPELILA bergerak dibidang *bakery* sehingga pesaing utama bisnis ALOAPELILA adalah bisnis yang bergerak dibidang *bakery* yaitu *Ronz Bake Shop* dan Kue Ayen. Kedua pesaing ini memiliki beberapa keunggulan seperti merek yang sudah dikenal, variasi rasa yang beraneka ragam, kualitas produk yang baik, dan harga yang bersaing. Sedangkan ALOAPELILA memiliki keunggulan dari diferensiasi produk dengan menciptakan produk yang berfokus pada keunikan visualnya. Adapun kelemahan dari pesaing yaitu kurang berfokus pada tampilan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



produknya, *packaging* memiliki kualitas yang kurang baik, lebih berfokus pada pelayanan *offline*.

## 5. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar bisnis ALOAPELILA adalah masyarakat kalangan menengah keatas dengan segmentasi geografis di daerah perkotaan tepatnya di Kelapa Gading dikarenakan jumlah konsumen yang tinggi serta masyarakat yang memiliki taraf hidup yang cukup tinggi. Segmentasi demografi bagi usaha ALOAPELILA adalah pria maupun wanita usia 10 – 35 tahun.

## 6. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh ALOAPELILA mencakup beberapa strategi seperti :

### a. Diferensiasi

Strategi diferensiasi dari ALOAPELILA adalah keunikan visual dari produk usaha ini. Keunikan ini dapat dijadikan nilai lebih ketika melakukan pemasaran.

### b. Positioning

*Positioning* ALOAPELILA terdapat pada diferensiasi dimana usaha ini memiliki produk dengan tampilan visual yang unik sehingga kosumen akan mengenal usaha ALOAPELILA sebagai usaha dengan produk dengan tampilan visual yang unik.

### c. Penetapan Harga

Menetapkan harga untuk produk ALOAPELILA dilakukan dengan strategi harga tinggi. Hal yang mendasari pemilihan strategi harga tinggi karena produk

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



ini masih sedikit pesaing dengan spesifikasi produk yang serupa sehingga ALOAPELILA memilih harga tinggi yang juga dikarenakan proses pembuatan produk yang cukup sulit.

**7. Tim Manajemen**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tim manajemen ALOAPELILA cukup sederhana dengan pemilik memposisikan diri sebagai manajer perusahaan. Manajer akan membawahi 2 divisi yaitu divisi produksi yang terdiri dari 2 orang dan divisi pemasaran yang terdiri dari 1 orang. Total jumlah orang yaitu 4 orang.

**8. Kelayakan Keuangan**

Berdasarkan perhitungan analisis kelayakan investasi *Payback Period*, *Net Present Value*, *Profitability Index*, dan *Break Event Point*, bisnis ALOAPELILA layak untuk dijalankan.

**Tabel 9.1**

**Hasil Analisis Kelayakan Investasi PP, NPV, PI, dan BEP**

No	Keterangan	Batas Kelayakan	Hasil	Layak/Tidak Layak
1	<i>Payback Period</i>	5 tahun	10 bulan 15 hari	Layak
2	<i>Net Present Value</i>	NPV > 0	Rp 427.193.643	Layak
3	<i>Profitability Index</i>	PI > 1	3,580625156	Layak

Sumber : Tabel 7.18, Tabel 7.20



## B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Visibilitas usaha merupakan aspek yang membuat perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing. Visibilitas usaha ALOPELILA terletak pada keunggulan dalam hal keunikan bentuk produk. Keunikan ini menjadi suatu ciri khas dari usaha ALOPELILA dan yang menjadi suatu pembeda dari pesaing lainnya. Visibilitas ini diperkuat dengan pengoperasian usaha berbasis online dimana segala pemasaran yang dilakukan secara online. Pemasaran secara online memberikan keuntungan dalam hal jangkauan konsumen yang dapat diraih serta memberikan kemudahan dalam berkreasi dalam membuat konten pemasaran yang unik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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