



BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

A. Ringkasan Kegiatan Usaha, Mencakup

1. Konsep Bisnis

Penulis membuat bisnis Luffa Indonesia Abadi sebagai bentuk dari adanya sebuah peluang bisnis yang telah dijalankan penulis selama menjalankan perkuliahan sekaligus usaha perdagangan ritel di *online shop*. Luffa yang dikategorikan sebagai tanaman musiman berfungsi sebagai alat menyikat tubuh dan piring yang memiliki nilai ekonomis tinggi, penulis memiliki tantangan bahwa luffa memiliki musim tertentu untuk dapat di panen oleh petani. Oleh karena itu Luffa Indonesia Abadi memerlukan tempat penyimpanan yang besar dan sumber permodalan yang terbilang besar. Sehingga dapat diharapkan jika telah melewati masa panen perusahaan Luffa Indonesia Abadi dapat memperoleh penghasilan beberapa kali lipat dari dua efek peningkatan harga yaitu kenaikan harga jual dan kenaikan atas permintaan dan kelangkaan barang.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari Luffa Indonesia Abadi adalah Menjadikan luffa sebagai produk umum yang dapat digunakan diberbagai rumah sebagai alat penyikat/ sikat tubuh dan sikat cuci piring dan memastikan seluruh produk dapat terpenuhi secara berkelanjutan.

Misi dari Luffa Indonesia Abadi sebagai berikut:

- a. Memberikan kualitas luffa terbaik.
- b. Menjaga kestabilan stok terhadap pasar.



- c. Memberikan kesejaterahan kepada seluruh mitra kerja.
- d. Menjadikan pelayanan tercepat dan paling memuaskan bagi seluruh konsumen.

3. Produk / Jasa

Luffa Indonia Abadi berfokus menjual komoditas luffa dari petani ketangan konsum dari berbagai sekmentasi rumah tangga konsumsi, rumah tangga produksi, hingga kelas industry kecil, menengah, dan besar. Dengan berbagai platform jejaring market digital yang telah ada maupun penjualan secara langsung. Dengan menjalankan penyortiran yang ketat dan metode penyimpanan yang tepat membuat kualitas Luffa Indonesia Abadi menjadi terdepan dalam penjualan luffa di Indonesia.

4. Pesaing atau Kompetitor

Luffa Indonesia Abadi berfokus pada penjualan luffa hal ini memberikan keuntungan yang besar karena seluruh pesaing berfokus melengkapi sebuah barang dengan menjual barang pendukung. Yang artinya komoditas luffa yang di jual pesaing lebih ditujukan sebagai barang pendamping dan bukan barang utama yang di jual. Hal ini ditunjukkan dengan adanya pembelian besar yang dilakukan pesaing terhadap Luffa Indonesia Abadi guna di jual kembali.

5. Target dan Ukuran Pasar

Dalam pendirian usaha bisnis Luffa Indonesia Abadi menargetkan dua pasar besar yaitu rumah tangga dan industry hiburan. Dan sebagai target pasar utama dengan menjadikan



pemegang utama pasar sekaligus pemimpin pasar dengan cakupan seluruh segmentasi pasar secara luas dan dengan menjual satu produk saja.

6. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang diterapkan Luffa Indonesia Abadi adalah pemasaran melalui media sosial dan *marketplace*. Hal ini dikarenakan media sosial pada saat ini sangat mudah untuk diakses oleh siapa saja dan kapan saja, selain itu media sosial mengeluarkan biaya yang lebih murah dan dapat memiliki jangkauan yang luas terhadap pasar atau calon pembeli.

7. Kelayakan Keuangan

Penilaian layak atau tidaknya suatu usaha yang akan didirikan dapat diketahui dengan menggunakan indikator-indikator seperti berikut ini.

Tabel 9.1

Kesimpulan Kelayakan Keuangan Luffa Indonesia Abadi

Analisis	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
Payback Period (PP)	5 Tahun	1 Tahun 11 Bulan	Layak
Net Present Value (NPV)	NPV > 0	Rp 2.442.177.521	Layak
Profitability Index (PI)	1	3,11362	Layak
Break Even Point (BEP)	Penjualan > Nilai BEP	Penjualan > Nilai BEP mulai dari tahun pertama	Layak

Sumber : Luffa Indonesia Abadi

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

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, baik secara langsung maupun tidak langsung, tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



B. Rekomendasi Visibilitas Usaha

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

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.

Tabel 9.2

Tabel BEP Rekomendasi Visibilitas Usaha Luffa Indonesia Abadi

BEP
Rp237,800,316.59
Rp252,827,460.35
Rp268,916,577.38
Rp286,144,371.94
Rp304,593,184.84

Sumber : Luffa Indonesia Abadi

Kesimpulan dari keseluruhan perencanaan bisnis dan analisis kelayakan keuangan atau investasi menunjukkan bahwa usaha Luffa Indonesia Abadi layak untuk dijalankan.