**BAB IX**

**RINGKASAN EKSEKUTIF**

1. **Ringkasan Kegiatan Usaha**
2. Konsep Bisnis

Perusahaan Tambak Bandeng Mencla tadalah bisnis yang bergerak dalam bidang pemasaran ikan bandeng untuk dijual dan dikonsumsi. Perusahaan akan memasarkan produk dengan merk Bandeng Menclat dan akan bekerjasama dengan distributor ikan.

1. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari perusahaan adalah “Memasarkan produk hasil panen ikan yang yang Berstandar dan berkualitas baik, dan mendukung kegiatan produksi perikanan di Indonesia”,sedangkan misi perusahaan adalah sebagai berikut:

* 1. Budidaya ikan bandeng dengan gaya petani modern untuk Melengkapi permintaan standar ukuran ikan yang sesuai dengan konsumen.
  2. Selalu berusaha meneliti dan kosisten dalam merawat dan mengembang biakan ikan
  3. Mensejahterakan seluruh karyawan
  4. Terus memperluas area serta jaringan pemasaran
  5. Memberi Vitamin ikan dengan gizi dan nutrisi sesuai standar peternakan.

1. Produk

Perusahaan penulis menjual produk ikan bandeng yang diproduksi oleh Tambak Bandeng Menclat, ikan bandeng tersebut dipasarkan kepada distributor skala kecil maupun besar.

*Tabel 9.1*

*Tabel Produk “Tambak Bandeng Menclat”*

|  |  |
| --- | --- |
| **Produk** | Harga |
| Ikan Bandeng | 22.000/kg |

Sumber: Tambak Bandeng Menclat 2019.

1. Persaingan

Bisnis ini memiliki persaingan tingkat yang tinggi, karena pada umumnya perusahaan-perusahaan sudah memiliki pemasok tetap masing-masing, oleh karena itu perusahaan Tambak Bandeng Menclat yang masih baru harus melakukan persaingan lewat harga sambil membangun loyalitas konsumen sebelum berupaya meningkatkan kekuatan merek.

1. Target dan Ukuran Pasar

Bisnis penulis menargetkan segmen industry sebagai konsumen. Industri tersebut dapat berskala kecil maupun menengah. Beberapa jenis industri yang menjadi target utama dari bisnis adalah industry perikanan. Bisnis juga dapat menjual produk kepengelola-pengelola ikan yang memiliki Usaha kuliner atau oleh-oleh khas daerah tertentu, seperti Bandeng presto ataupun lainnya yang berkaitan dengan ikan Bandeng, Pusat perbelanjaan dan lain-lain. Penulis menargetkan khususnya konsumen-konsumen yang berada di wilayah Bekasi, Jakarta, dan Jawa Barat, namun tetap akan menerima pesanan dari luar wilayah tersebut.

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran bisnis adalah secara langsung menawarkan produk kepada konsumen melalui *salesman*. E-mail, dan sosial media. Penulis akan berfokus memposisikan diri sebagai alternatif keperluan industri yang lebih murah dari pesaing, namun dengan standar produk yang berkualitas.

1. Tim Manajemen

Perusahaan Tambak Bandeng Menclat memiliki 6 orang termasuk pemilik.Seluruh karyawan yang bekerja bertanggung jawab langsung kepada pemilik, dan pemilik akan menjadi pembuat keputusan tunggal di dalam perusahaan.

1. Kelayakan Keuangan

Bisnis penulis diproyeksikan akan mengalami keuntungan setiap tahunnya. Bisnis penulis juga layak untuk dijalankan menurut analisis *Profitability Index* dan *Net Present Value*. Bisnis penulis diproyeksi kanakan balik modal pada tahun ke 2, 9 bulan, 1 hari, menurut perhitungan *Payback Period*.