



BAB IX

RINGKASAN EKSLUSIF

9.1 Ringkasan Kegiatan Usaha

a. Konsep Bisnis

Bhinneka Nusantara merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan produk perlengkapan Rumah Tangga, meliputi pengharum ruangan, tissue serta sabun pembersih. Produk yang dijual sudah melalui beberapa seleksi seperti harga terbaik, kualitas produk, tampilan kemasan yang menarik dan merek ternama. Produk yang penulis pilih pastinya dibutuhkan oleh seluruh kalangan, dibutuhkan setiap saat dan setiap waktu.

Metode penjualan produk-produk Bhinneka Nusantara melalui *marketplace* Tokopedia, Shopee, Lazada, JD.id, TikTok Shop, Blibli dan Akulaku. Juga didukung oleh mitra logistik, yakni: Shopee Expresss, Lazada Express, J&T Express, Anteraja, JD Logistik dan Blibli Express. Semakin banyak *channel marketplace* yang Bhinneka Nusantara pilih untuk memasarkan produk tentu akan mengundang lebih banyak pelanggan dengan cakupan pengiriman lebih luas.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Bhinneka Nusantara “Perusahaan penyedia perlengkapan Rumah Tangga terdepan dengan memperhatikan pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan”

Misi Bhinneka Nusantara

1. Menyediakan Produk Peralatan Rumah Tangga terlengkap.
2. Mengutamakan pelayanan dan kepuasan konsumen
3. Inovatif dalam menghadirkan produk baru dan program promosi.



c. Produk / Jasa

Produk yang dijual Bhinneka Nusantara merupakan produk perlengkapan rumah tangga yang meliputi tissue, kamper, pengharum ruangan, penharum lemari, *disinfectan*, pembasmi serangga, sabun serta sabut dan spon.

d. Persaingan

Pesaing kunci dari *Bhinneka Nusantara* adalah *Kios Cepat* dan *Bubu Shop Official Store*. Berdasarkan matriks profil kompetisi (CPM) *Bhinneka Nusantara* diproyeksikan akan mendapatkan skor 3,6 dengan skor pesaing yakni *Kios Cepat* sebesar 2,81 dan *Bubu Shop Official Store* sebesar 2,92. Salah satu keunggulan utama *Bhinneka Nusantara* merupakan Harga Foto dan Lokasi. Kelemahan *Bhinneka Nusantara* terhadap para pesaing kunci adalah kemudahan pengiriman, ulasan dan kelengkapan produk.

e. Target dan Ukuran Pasar

Segmentasi geografis dari toko *Bhinneka Nusantara* secara umum merupakan seluruh kawasan Indonesia dengan segmentasi geografis utama adalah kawasan Jabodetabek. Segmentasi demografis dari toko *Bhinneka Nusantara* adalah seluruh usia baik Wanita maupun Pria. Segmentasi psikografis dari toko *Bhinneka Nusantara* merupakan kelas sosial menengah ke bawah. Segmentasi perilaku konsumen dari *Bhinneka Nusantara* ditujukan kepada konsumen yang selalu berbelanja di *marketplace* untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan kebutuhan keluarga. Sedangkan segmentasi psikologis menargetkan kelas sosial menengah kebawah dan keatas.

f. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Bhinneka Nusantara* adalah dengan menerapkan diferensiasi berupa desain foto yang menarik ketimbang kompetitor. *Bhinneka Nusantara*

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

juga memposisikan sebagai toko perlengkapan rumah tangga daring yang memiliki konsep bisnis *one stop shopping* yang dimana menyediakan produk perlengkapan rumah tangga berbagai jenis dan merek. *Bhinneka Nusantara* menerapkan *competition based pricing* sebagai strategi penentuan harga. Saluran distribusi yang digunakan yaitu tingkat satu dan berada pada posisi pengecer.

g. Tim Manajemen

Tim manajemen dari *Bhinneka Nusantara* terdiri dari 5 anggota yang memiliki posisi sebagai CEO (*Owner*), Admin dan Staff Packer & Stock. Durasi kerja setiap anggota adalah sama yakni 6 hari dalam seminggu kecuali hari minggu dengan jam kerja 9 jam yakni PK 09.00 – PK 18.00 dengan 1 jam istirahat siang. Setiap divisi memiliki tanggung jawab yang khusus seperti CEO yang bertanggung jawab mengendalikan semua proses dalam usaha, melakukan perekrutan dan seleksi karyawan dan menggantikan posisi karyawan apabila berhalangan. Admin bertanggung jawab untuk melakukan pengecekan stok secara berkala, mengatur seluruh pesanan masuk dan mencetak *label* pesanan serta menanggapi dan menyelesaikan setiap komplain. Staff *packing* dan Stock memiliki tanggung jawab untuk menyelesaikan pesanan mulai dari proses pengambilan produk, penhemasan hingga penyerahan ke jasa kirim dan merapihkan tata letak stok sesuai dengan pemetaan posisi produk.

h. Kelayakan Keuangan

Hasil kelayakan keuangan *Bhinneka Nusantara* seperti yang terdapat pada subbab 7.12 dan 7.13 adalah sebagai berikut :

- 1) *Payback Period* = 2 tahun 4 bulan 15 hari
- 2) *Net Present Value* = Rp 263,153,332 > 0
- 3) *Profitability Index* = 1.509034316 > 1,0
- 4) *Break Even Point* = Tingkat Penjualan lebih dari *BEP* setiap tahunnya





2,401,254,493 > 1,739,167,133
2,449,279,583 > 1,823,481,879
2,498,265,175 > 1,913,081,018
2,548,230,478 > 2,008,177,707
2,599,195,088 > 2,109,127,469

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilihat dari data di atas, usaha *Bhinneka Nusantara* layak untuk dijalankan serta dijadikan tempat untuk investasi.

9.2 Rekomendasi Visibilitas Usaha

Usaha *Bhinneka Nusantara* layak dijalankan karena telah dianalisis kelayakannya menggunakan *payback period*, *net present value*, *profitability index*, dan *break even point analysis*. Jika dilihat dilihat dari *payback period* maka usaha ini mampu menghasilkan imbal balik dengan waktu 2 tahun 4 bulan 15 hari, yang mana dibawah 5 tahun. Dilihat dari *net present value*, maka *Bhinneka Nusantara* menghasilkan arus kas positif dengan nilai Rp 263,155,332 yang mana lebih besar dari nilai investasi awal. Dilihat dari *profitability index*, usaha ini bernilai 1.509034316 yang berarti PI positif. Dilihat dari *break even point*, maka *Bhinneka Nusantara* setiap tahunnya mampu menghasilkan penjualan yang lebih dari tingkat *break even point*.

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.