# **BAB IX**

**RINGKASAN EKSEKUTIF**

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

Teluk Asri adalah usaha atau bisnis yang bergerak di bidang properti. Teluk Asri didirikan atas dasar kebutuhan primer ke tiga bagi manusia yaitu papan. Saat ini, rumah menjadi barang mewah bagi setiap khalayak karena harganya yang terbilang cukup mahal. Teluk Asri menjawab keluhan masyarakat menengah akan harga rumah zaman sekarang, konsep rumah moderen dan minimalis yang dibangun di dalam *cluster* dengan penataan hunian yang baik membuat Teluk Asri menjadi salah satu *developer* terbaik di Karawang untuk kelas menengah. Teluk Asri membuat properti rumah menengah tipe *town house* seperti rumah tipe 62/45. Properti berfungsi tidak hanya untuk kebutuhan primer saja tetapi juga sebagai investasi jangka panjang. Tanah dan bangunan semakin lama akan semakin naik harganya. Teluk Asri memberi kesempatan untuk masyarakat menengah maupun pasangan yang baru menikah untuk mempunyai rumah yang layak baik dari segi kualitas bangunan, desain rumah, dan lingkungan perumahan yang tidak kalah dengan pengembang-pengembang rumah mewah.

1. **Visi dan Misi Perusahaan**

Visi dari Teluk Asri adalah “Menyediakan Hunian yang Nyaman dan Aman dengan Konsep *Stylish* dan Minimalis dengan Harga yang Terjangkau”. Sedangkan misinya adalah sebagai berikut:

1. Membantu masyarakat menengah mempunyai rumah sendiri

b. Menghadirkan hunian yang aman serta nyaman

c. Membuat konsep perumahan yang moderen dan minimalis

d. Menumbuhkan perekonomian di daerah Teluk Asri berdiri

e. Memberikan konsumen investasi yang menjanjikan

1. Memberikan kesejahteraan bagi rekan bisnis yang terkait
2. **Produk**

Produk yang dijual Teluk Asri adalah properti berupa rumah tipe 62/45 yang artinya adalah luas tanah sebesar 62 m² dan luas bangunan sebesar 45 m². Konsep rumah minimalis dengan desain yang moderen dan *stylish*, menggunakan teknologi terkini yaitu *smart lock system*, dengan tujuan memudahkan penghuni untuk mengakses rumah dan keamanan terjamin.

1. **Persaingan**

Teluk Asri memiliki 2 pesaing yaitu Sukaati *Residences* dan *Cluster River Gardeb* yang berada dalam domisili yang sama. Berikut adalah sekilas hasil pengamatan yang dilakukan yang dapat dilihat pada halaman selanjutnya.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PESAING** | **KEUNGGULAN** | **KELEMAHAN** |
| Sukaati *Residences* | 1. Tipe 36/70. Luas tanah 70m², luas bangunan 36m²
2. 2 kamar tidur, 1 kamar mandi, 1 lantai
3. Sertifikat hak milik
4. *Line* telepon
5. Taman
6. *Carport*
7. *One Gate System*
8. *Online CCTV* 24 Jam
9. *TV Satelite*
10. *Accses Door Lock*
11. Keamanan 24 Jam
12. Dekat Pasar
13. Dekat Rumah Sakit
14. Dekat Pintu TOL
15. Dekat Sekolah
16. Harga Rp 355.000.000
 | 1. Tidak ada *AC*
2. Tidak ada garasi
3. Tidak ada kolam renang
4. Tidak ada PAM
5. Tidak terintegrasi pusat perbelanjaan
6. Tidak ada *jogging track*
7. Tidak ada tempat ibadah
8. Tidak ada *club house*
9. Tidak ada futsal *indoor*
 |
|  |
| *Cluster River Garden* | 1. Tipe 45/50. Luas Tanah 50m², luas bangunan 45m²
2. 2 kamar tidur, 2 kamar mandi, 2 lantai
3. Sertifikat Hak Milik
4. Taman
5. *Carport*
6. Terintegrasi dengan pusat perbelanjaan
7. Dekat dengan *jogging track,* wahana hiburan, sekolah Al-Azhar, dan RSUD Karawang
8. 5 menit dari pintu TOL Karawang Barat
9. Keamanan 24 jam
10. *Acceses card*
11. Tempat ibadah
12. *Club house*
13. Futsal *indoor*
14. Air PAM
15. Harga Rp 700.000.000
 | 1. Tidak ada *AC*
2. Tidak ada garasi
3. Tidak ada telepon
4. Tidak ada *CCTV*
5. Tidak ada *TV Satelite*
 |

Para pesaing dari Teluk Asri memiliki kekuatan dan kelemahannya masing-masing. Teluk Asri melihat kelemahan dari pesaing sebagai peluang dan kekuatan pesaing sebagai pembelajaran yang dapat dicontoh dan ditiru jika itu baik. Teluk Asri memberikan *value for money* yang baik dari para pesaing.

1. **Target dan Ukuran Pasar**

 Target pasar dari Teluk Asri adalah konsumen atau masyarakat menengah yang berdomisili di sekitar Karawang. Dalam data yang disajikan dalam Bab I menjelaskan bahwa masih luas kesempatan peluang usaha sejenis Teluk Asri.

1. **Strategi Pemasaran**

 Teluk Asri memiliki beberapa strategi pemasaran yang dilakukan sebagai berikut:

1. Sosial media

Pada zaman serba teknologi ini, sosial media adalah media promosi yang cocok digunakan karena sebagian besar orang menggunakan internet. Internet merupakan teknologi transfer data yang sangat cepat. Dalam waktu tidak sampai 1 detik pesan yang dikirim dapat tersampaikan dengan baik. Media sosial yang digunakan Teluk Asri adalah Instagram dan Facebook. Dimana kedua aplikasi ini sangat banyak penggunanya. Instagram sendiri memiliki pengguna sebanyak kisaran 1 miliar *downloaded* dan Facebook sebanyak 1 miliar *downloaded* dengam masing-masing rating untuk Instagram 4,5 dari 5 dan Facebook 4,1 dari 5. Kelebihan menggunakan media sosial ini adalah tidak ada biaya sama sekali untuk memiliki aplikasi tersebut. Bisa diunduh melalui *Play Store* ataupun *App Store.*

1. *Website*

Metode promosi yang kedua adalah pemasaran melalui *website*. Teluk Asri menggunakan metode ini dengan alasan agar konsumen dapat menjangkau produk yang dijual Teluk Asri dengan sangat cepat. Informasi perusahaan, visi misi, dan produk yang dihasilkan dapat dilihat di sana. Perusahaan yang memiliki *domain* tersendiri memiliki kesan bahwa perusahaan ini kompatibel dan terpercaya. Hampir semua perusahaan besar di Indonesia menggunakan *website* untuk keperluannya dalam hal pemasaran.

1. Brosur

Teluk Asri menggunakan media cetak untuk memasarkan bisnisnya. Brosur berfungsi untuk memberitahu keberadaan suatu bisnis dan mengetahui apa produk yang dijual dari bisnis tersebut. Brosur digunakan untuk pemasaran berskala kecil.

1. Pameran

Teluk Asri membutuhkan pemasaran secara langsung yang dilakukan di pameran baik pameran properti ataupun pameran yang biasanya ada di *mall.* Pameran ini bertujuan agar pemasar bisa secara langsung bertatap muka dengan calon pelanggan dengan maksud dapat lebih mudah menawarkan dan memprospek calon pelanggan.

1. Penawaran Khusus

Teluk Asri memberikan penawaran khusus untuk para pelanggannya. Penawaran ini sangat baik dan tidak memberatkan calon pelanggan. Penawaran khusus ini antara lain adalah memberikan KPR dengan uang muka rendah yaitu 10% yang dapat diangsur 4 bulan dan sisanya dikreditkan di bank dan memberikan angsuran *flat* 30 kali tanpa bunga dan kredit dilakukan secara langsung oleh *developer.*

1. **Tim Manajemen**

 Teluk Asri menerapkan struktur organisasi sederhana dimana pemilik sekaligus sebagai manajer langsung membawahi empat bagian divisi yaitu *marketer*, supir, administrasi, dan *office boy*. *Marketer* berjumlah 3 orang, supir 1 orang, administrasi 2 orang, dan *office boy* 1 orang. Seluruh bagian divisi bertanggung jawab kepada manajer. Tugas manajer sendiri adalah mengawasi kinerja yang dilakukan oleh semua divisi dan sebagai pemberi keputusan akhir dalam melakukan suatu tindakan kerja.

1. **Kelayakan Keuangan**

 Analisis kelayakan usaha dilakukan untuk menilai apakah suatu investasi layak dilakukan pada usaha tersebut atau tidak. Dalam hal ini, Teluk Asri menggunakan 3 analisis usaha yang dilakukan yaitu *Net Present Value (NPV), Profitability Index (PI),* dan *Payback Period (PP).*

Analisis *NPV* Teluk Asri nilainya lebih besar dari 0 yaitu Rp 3.295.453.946,18,-. *Payback Period* kurang dari 5 tahun yaitu selama 3 tahun 1 bulan 15 hari. *Profitability Index* Teluk Asri lebih besar dari 1 yaitu sebesar 1,5803644484. Dari ketiga analisis di atas menunjukkan bahwa usaha Teluk Asri layak untuk dijalankan.