**BAB IX**

**RINGKASAN EKSLUSIF/REKOMENDASI**

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

Cahaya Mart merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang ritel modern dengan konsep minimarket. Dengan prinsip harga lebih murah dan belanja lebih nyaman, menjadikan bisnis ritel berkonsepkan minimarket ini menjadi daya tarik dalam industri ritel modern. Konsep bisnis ini dibuat untuk memudahkan konsumen berbelanja dalam satu tempat dengan menyediakan keragaman produk yang bervariasi mulai dari kebutuhan primer hingga kebutuhan tersier.

1. **Visi dan Misi Perusahaan**
2. Visi

Menjadi tempat berbelanja favorit dengan berorientasi pada pemenuhan kebutuhan masyarakat serta kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

1. Misi
2. Menyediakan produk-produk berkualitas & terbaru dengan harga yang terjangkau
3. Memberikan pelayanan dangan bersikap ramah, baik dan sopan santun kepada konsumen.
4. Menjaga kerapian dan kebersihan toko.
5. **Produk**

Produk yang dijual Cahaya Mart terdiri dari produk *food* dan *non food,* mulai dari kebutuhan pokok sehari-hari sampai kebutuhan pelengkap. Jenis produk yang dijual berupa rokok, kue, minuman, sembako, sabun sampo, obat-obatan, ATK, kosmetik, aksesoris, perabotan rumah tangga, dan barang elektronik.

1. **Persaingan**

Beberapa pesaing utama bagi Cahaya Mart didaerah tersebut adalah Indomaret dan Minimarket Berdikari. Dari analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM), Cahaya Mart memperoleh point sebesar 3,36, Indomaret memperoleh poin sebesar 3,13, dan Minimarket Berdikari memperoleh poin sebesar 2,71. Cahaya Mart memiliki keunggulan di kualitas pelayanan, promosi, keberagaman produk yang lebih lengkap, serta tempat parkir yang luas.

1. **Target dan Ukuran Pasar**

Cahaya Mart menargetkan semua rentang usia dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan tanpa ada perbedaan ras, suku, budaya, pendidikan, serta agama yang berdomisili di Negara Indonesia khususnya wilayah Simpang Dua, Kabupaten Ketapang, Kalimantan Barat.

1. **Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran yang diteapkan oleh Cahaya Mart adalah *word of mounth*, membagikan brosur diskon bulanan kekompleks perumahan warga dan memasang banner diskon. Evaluasi terhadap metode pemasaran akan dilakukan secara berkala untuk mengetahui sejauh mana efektifitas dari media promosi yang digunakan.

1. **Tim Manajemen**

Cahaya Mart memiliki struktur organisasi sederhana dengan jabatan tertinggi adalah Direktur (*owner*) dan langsung dibawahi oleh Kepala Toko yang sementara masih dipegang oleh *owner*, kemudian langsung membawahi Kasir, Kepala Toko dan Logistik. Cahaya Mart membutuhkan total tenaga kerja untuk melakukan kegiatan operasional sehari-hari adalah sebanyak 7 orang.

1. **Kelayakan Keuangan**

Dari berbagai analisis kelayakan usaha yang telah dilakukan oleh Cahaya Mart, diperoleh hasil sebagai berikut. Pada analisis *Break even Point*, nilai penjualan lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Untuk *Net Present Value*, didapat sebesar Rp 1,867,603,490.74. Nilai *Interest Rate of Return* didapat sebesar 78,92%. *Payback Period* selama 1 tahun 2 bulan 20 hari dengan batas maksimal 5 tahun. Kesimpulan dari analisis kelayakan usaha keuangan tersebut adalah usaha Cahaya Mart layak untuk dijalankan.

1. **Rekomendasi Visibilitas Usaha**

Cahaya Mart perlu lebih banyak lagi belajar hal-hal baru terutama dalam dunia bisnis ritel serta harus mau bergerak dinamis menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar. Hal yang harus sangan diperhatikan adalah memberi pelayanan yang baik terhadap konsumen, menjaga stok barang agar tidak habis, memberi promosi dengan menyesuaikan target pasar yang dituju, menjaga keberagaman produk agar tetap lengkap serta menjalin hubungan baik dengan karyawan dan memberi motivasi agar dapat melaksanakan tugas dengan baik.