



BAB IX

RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI

A. Ringkasan Kegiatan Usaha

1. Konsep Bisnis

Nature Group Indonesia merupakan bisnis yang bergerak di bidang ekspor rempah-rempah dan kopi asli Indonesia. Dengan hasil rempah-rempah yang luar biasa melimpah di Indonesia dan sudah jauh dari cukup untuk memenuhi pasar lokal, sehingga *Nature Group Indonesia* memiliki ide untuk memanfaatkan ini sebagai sebuah keunggulan bagi UMKM dan petani. Selain meningkatkan devisa negara, ekosistem ini juga memberikan keuntungan yang cukup besar bagi para petani karena *Nature Group Indonesia* bukan pengepul/tengkulak sehingga *Nature Group Indonesia* mengamil produk dengan harga sesuai harga pasaran, bukan harga pengepul.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Visi dari *Nature Group Indonesia* adalah:

To be the largest agriculture company in Indonesia.

Misi

Misi dari *Nature Group Indonesia* adalah:

To make the use of “Nature Group ID products” as part of community life needs.



3. Produk

Nature Group Indonesia menyediakan produk rempah-rempah yaitu, *Vanilla Planifolia*, *Vanilla Tahiti*, Lada putih, Lada hitam, dan Lada putih muntok. Untuk lada *Nature Group Indonesia* menyediakan jasa giling namun konsumen akan dikenakan biaya tambahan. *Nature Group Indonesia* juga menyediakan produk kopi arabica dan robusta dari beberapa daerah asal yaitu Gayo Aceh, Temanggung Jawa Tengah, Bogor dan Bandung Jawa Barat, dan Lampung. Untuk kopi *Nature Group Indonesia* juga menyediakan jasa panggang namun ada biaya tambahan untuk konsumen. Konsumen boleh memilih *packaging* apa yang mereka inginkan dengan biaya tambahan, *packaging* standar dari *Nature Group Indonesia* adalah karung goni dan itu tidak di kenakan biaya tambahan.

4. Persaingan

Semua usaha pasti memiliki pesaing termasuk *Nature Group Indonesia*. Salah satu contoh pesaing besar *Nature Group Indonesia* adalah *Madame Export Indonesia* dikarenakan mereka sudah memulai bisnisnya jauh sebelum *Nature Group Indonesia* sehingga mereka sudah memegang beberapa perusahaan rempah-rempah besar skala internasional dan perusahaan-perusahaan tersebut sudah mempercayai mereka sehingga susah untuk eksportir baru masuk.

5. Target dan Ukuran Pasar

Target pasar utama *Nature Group Indonesia* adalah negara dengan skala penduduk yang sangat besar atau negara dengan pertanian dan perkebunan yang minim. Negara-negara seperti ini umumnya sangat membutuhkan impor rempah-rempah untuk memenuhi kebutuhan pangan mereka dan di situ *Nature Group Indonesia* berusaha masuk.



6. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan *Nature Group Indonesia* yang paling berpengaruh sebenarnya ada 2 yaitu *B2B Portal* dan fasilitas ekspor yang di berikan oleh pemerintah. Untuk *B2B Portal* sendiri jelas semua perusahaan ekspor dan impor secara internasional bergabung disana sehingga *Nature Group Indonesia* dapat lebih mudah dalam mencari konsumen yang sesuai kebutuhannya dengan produk yang *Nature Group Indonesia* tawarkan. Fasilitas untuk eksportir yang pemerintah sediakan seperti *Indonesa Trade Promotion Center* ini juga sangat membantu karena importir dari negara tersebut dapat mengakses website tersebut dan perusahaan-perusahaan Indonesia tercantum sebagai pemasok terpercaya di sana. Ada cara lain seperti website *Nature Group Indonesia* www.naturegroupid.com ataupun agent ekspor impor dan sosial media namun ini tidak terlalu efektif.

7. Tim Manajemen

Nature Group Indonesia merupakan perusahaan kecil dengan struktur organisasi sederhana, dimana 3 orang pendiri *Nature Group Indonesia* menjadi peran utama dalam menjalankan bisnis ini dengan 2 orang karyawan yang bertanggung jawab langsung kepada pendiri. Pendiri di sini yang langsung melakukan pengawasan terhadap seluruh kinerja di dalam perusahaan.

8. Kelayakan Keuangan

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

a. *Payback Period* : 3 Tahun 2 Bulan 18 Hari

b. *Net Present Value* : Rp 1.997.857.764

c. *Profitability Index* : 2,08082723

d. *Break Even Point* : Penjualan > Nilai BEP

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

