



BAB IX

RINGKASAN EKSKUTIF

9.1. Ringkasan Kegiatan Usaha

a. Konsep Bisnis

Saudara Berkat adalah bisnis online yang menawarkan berbagai jenis teknik *tools* yang fokusnya kepada *hand tools* seperti kunci inggris , obeng , dan berbagai macam tang yang merupakan alat teknik yang digunakan dalam dunia industri maupun perbengkelan yang menggunakan tenaga manusia untuk pengoperasiannya. Saudara Berkat juga akan menyediakan jasa-jasa pemasangan perabot yang akan ditawarkan kepada para pelanggannya.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi : Menjadi perusahaan teknik *Tools* terpercaya di Indonesia yang menyediakan barang perkakas terlengkap dan memberikan pelayanan terbaik Misi :

1. Memberikan pelayanan yang ramah dan bertanggung jawab untuk setiap pelanggan.
2. Mengutamakan kepuasan pelanggan dengan menjual barang yang berkualitas baik.
3. Memberikan alat perkakas terlengkap di Indonesia.
4. Memberikan kualitas barang terbaik

c. Produk yang Ditawarkan

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.



Saudara Berkat menghadirkan beragam Hand Tools yang merupakan adalah alat teknik yang digunakan dalam dunia industri maupun perbengkelan yang menggunakan tenaga manusia untuk pengoperasiannya. Hand tools yang disajikan beragam dengan banyak pilihan ukuran agar dapat dipilih dan digunakan untuk segala macam situasi yang dialami pelanggan. d. Persaingan

Analisa pesaing diperlukan untuk dapat bersaing di pasar yang ingin dimasuki, dengan menganalisa pesaing pemilik bisnis dapat mengetahui keunggulan apa yang ada di dalam mereka yang dapat bersaing dengan yang lain dan bertahan di pasar dan memenangkan pasar tersebut. Dengan berbagai perbandingan, ditentukan beberapa pesaing yang dikira memiliki produk yang sejenis dengan Saudara Berkat :

Tabel 9. 1

Analisis Pesaing Perusahaan Saudara Berkat

Pesaing	Keunggulan	Kelemahan
Solusi Tools Shop	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posisi toko strategis 2. Disediakan asuransi barang 3. Website rapi dan jelas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga lumayan mahal 2. Tidak ada e-commerce 3. Pelayanan kurang baik
Mandiri Pratama Teknik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak pilihan barang 2. Pelayanan ramah dan informatif 3. Banyak promo yang diberikan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada toko fisik 2. E-commerce berantakan 3. Pelayanan kurang baik

Sumber : Saudara Berkat, 2022

e. Target dan Ukuran Pasar

1. Hak Cipta dilindungi Undang-undang
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengidentifikasi sumbernya.
 a. Penyalinan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Penyalinan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Kotler dan Armstrong (2017: 191), Segmen Pasar terdiri dari kelompok pelanggan yang memiliki seperangkat kebutuhan dan keinginan yang serupa. Target utama dari Saudara Berkat adalah pemasok bangunan yang diharapkan akan melakukan pemesanan barang secara berjangka dan berkali-kali. Untuk meraih hal ini Saudara Berkat harus dapat memberikan pelayanan yang baik serta memberikan promosi dan bonus agar loyalitas pelanggan dapat tercapai. Selain itu Saudara Berkat juga mengincar rumah tangga yang pembeliannya tidak seintens pemasok bangunan, tetapi akan mencari Saudara Berkat ketika membutuhkan perkakas untuk kebutuhan rumahnya. Saudara Berkat ingin dapat menjangkau setiap lapisan masyarakat yang membutuhkan perkakas.

f. Strategi Pemasaran

Menurut Sofjan Assauri (2017:15) Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

a. Advertising

Advertising atau iklan adalah presentasi atau promosi berbayar untuk sebuah barang atau jasa dan merupakan salah satu alat promosi yang paling umum digunakan bisnis untuk menyampaikan informasi tentang sebuah produk serta menumbuhkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Advertising dilakukan oleh Saudara Berkat kebanyakan lewat media cetak, tetapi ada juga secara *Online* melalui website. Kebanyakan lewat media cetak karena lebih

Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Ditirungi Jendang-Undang
1. larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya
g. Pengetahuan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



menjangkau target pasar dari Saudara Berkat sendiri. Alat promosi dari Saudara Berkat adalah banner, poster, dan juga iklan di internet.

b. *Sales Promotion*

Sales Promotion ini berupa insentif-insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Bentuk promosi yang digunakan mencakup *discounts*, *coupons*, *displays*, *contests*, *sweepstakes*, dan *events*. Saudara Berkat kebanyakan memberikan kupon pada pembelian berkala dari pelanggan ataupun potongan harga pada pemasok yang sudah lama berbelanja dari Saudara Berkat.

c. *Personal Selling*

Personal selling merupakan teknik promosi dimana penjual akan mendatangi pelanggan dan berinteraksi dengan pelanggan secara langsung. *Personal selling* dilakukan langsung di toko kepada pelanggan yang sedang datang untuk membeli perkakas, biasanya *personal selling* akan disertai promosi dan penawaran layanan pasang dari Saudara Berkat.

d. *Public Relations*

Public relations membangun hubungan yang baik dengan berbagai public perusahaan agar memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus, dan menangani atau meluruskan rumor, cerita, serta event yang tidak menguntungkan. Bentuk promosi yang digunakan mencakup *press releases*, *sponsorships*, *special events*, dan *web pages*. Saudara Berkat biasa melakukan *public relations* di event-event bangunan / promosi pembangunan. Maka dari itu Saudara Berkat sering mengikuti event seperti ini untuk dapat memperluas pasar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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 IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



e. Direct Marketing

Direct marketing atau pemasaran langsung adalah bagaimana brand melahirkan suatu kontak langsung dengan pelanggan-pelanggan potensial dalam melakukan kampanye iklan layanan atau produk, atau singkatnya teknik promosi dimana perusahaan akan menjangkau pelanggan secara langsung. Bentuk promosi yang digunakan mencakup catalogs, telephone marketing, kios, internet, mobile marketing, dan lainnya. Saudara Berkat melakukan direct marketing dengan internet dan juga telephone marketing untuk menghimbau lebih banyak orang sekaligus memicu pemasaran dari mulut ke mulut. Penggunaan aplikasi Whatsapp juga berpengaruh besar dalam peningkatan penjualan dari produk Saudara Berkat sendiri. g. Tim Manajemen

Tenaga kerja yang akan dimiliki oleh Saudara Berkat pada saat pembukaan berjumlah 3 orang. Berikut rencana kebutuhan jumlah tenaga kerja untuk usaha Saudara Berkat :

Tabel 9. 2

Tabel Rencana Kebutuhan Kerja Perusahaan Saudara Berkat

No	Jabatan	Jumlah
1	Manager	1
2	Staff Pemasaran	1
3	Staff Gudang dan Pengiriman	1

Sumber : Saudara Berkat, 2022

h. Kelayakan Keuangan

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau hasil penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah, tanpa izin IBIKKG.

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



Proyeksi keuangan dan analisis keuangan diperlukan untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha untuk dijalankan. Untuk mengetahui kelayakan keuangan dari perusahaan Saudara Berkat membuat 3 analisa kelayakan bisnis yaitu *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), dan *Break Even Point* (BEP). Analisis *Payback Period* (PP) yang diperkirakan akan balik modal pada 1 Tahun 3 Bulan 23 Hari, *Net Present Value* (NPV) yang memiliki nilai lebih dari 0 yaitu sebesar Rp. 481.368.916,32, *Profitability Index* (PI) yang memiliki nilai lebih dari satu yaitu sebesar 14,4837 dan terakhir *Break Even Point* (BEP) yang memiliki nilai penjualan lebih tinggi dibandingkan BEP setiap tahunnya, BEP Saudara Berkat pada tahun 2023 sebesar Rp. Rp. 502.939.881,14, pada tahun 2024 sebesar Rp. 482.714.473, pada tahun 2025 sebesar Rp. 670.182.970, pada tahun 2026 sebesar Rp. Rp. 461.396.122, dan pada tahun 2026 sebesar Rp. Rp. 457.293.103.

9.2. Rekomendasi Visibilitas Usaha

Setelah melakukan berbagai perhitungan keuangan lewat proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, proyeksi neraca, perhitungan, penulis melakukan uji kelayakan perusahaan dengan menghitung *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitability Index* (PI), dan *Break Even Point* (BEP), berikut merupakan hasil analisa perusahaan Saudara Berkat :

Tabel 9. 3

Analisa Kelayakan Keuangan Saudara Berkat

Analisis Kelayakan	Batas Kelayakan	Hasil Analisis	Kesimpulan
<i>Payback Period</i>	< 5 Tahun	1 tahun 5 bulan 11 hari.	Layak
<i>Net Present Value</i>	Lebih dari 0	Rp. 481.368.916,32	Layak



<i>Profitability Index</i>	Lebih dari 1	14,4822	Layak
<i>Break Even Point</i>	Penjualan > BEP	Penjualan > BEP	Layak

Sumber : Saudara Berkat, 2022

Tabel 9. 4

Break Even Point Saudara Berkat Tahun 2023-2027 (Dalam Rupiah)

Tahun	Biaya Tetap (FC)	Biaya Variabel (VC)	Penjualan	1-(VC/Penjualan)	BEP
2023	Rp. 232.200.000,00	Rp. 315.722.000,00	Rp. 546.155.500,00	0,421919215	Rp. 550.342.320,45
2024	Rp. 242.795.000,00	Rp. 338.191.470,00	Rp. 628.078.825,00	0,461546136	Rp. 526.047.085,83
2025	Rp. 253.919.750,00	Rp. 362.408.163,50	Rp. 722.290.648,75	0,498251619	Rp. 509.621.525,01
2026	Rp. 265.600.738,00	Rp. 388.488.389,23	Rp. 830.634.246,06	0,532299094	Rp. 498.968.983,54
2027	Rp. 277.865.774,00	Rp. 416.579.308,34	Rp. 955.229.382,97	0,563896049	Rp. 492.760.633,19

Sumber : Saudara Berkat, 2022

Dari tabel tersebut, dapat diketahui bahwa setiap poin analisis kelayakan sudah layak dan jumlah penjualan lebih besar dari BEP setiap tahunnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa bisnis perkakas Saudara Berkat merupakan bisnis yang dapat membuahkan keuntungan dan layak dijalankan.