**BAB IX**

**RINGKASAN EKSEKUTIF / REKOMENDASI**

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

Mebelloka Furnitur adalah *furniture store* yang bergerak di bidang penjualan produk – produk furnitur yang di pasok dari berbagai distributor dan *home industry* lokal asal Indonesia. Selain menjual furnitur, Mebelloka Furnitur juga menjual dekorasi rumah untuk menghias dan mempercantik ruangan. Dengan konsep tempat usaha berupa *showroom* yang didesain rapi, elegan dan menarik sehingga memberikan suasana yang nyaman dan bersih seperti berada dirumah sendiri. Dengan konsep tempat penjualan yang menarik dalam menampilkan *display* produk yang dipadukan dengan desain ruangan, beserta dengan dekorasi yang sesuai. Hal tersebut tentunya akan menampilkan nilai lebih dan sisi istimewa bagi produk itu sendiri dalam proses penjualan dan promosi produk.

1. Visi dan Misi Perusahaan
2. Visi

“Menjadi perusahaan furnitur yang profesional dan terpilih di jenjang nasional maupun internasional dan bekerjasama dengan semua *stakeholder* dalam memenuhi kebutuhan perabotan rumah tangga dan mempercantik setiap sudut ruangan anda”

1. Misi
2. Memberikan produk furnitur berkualitas
3. Menyediakan produk – produk variatif dan sesuai kebutuhan konsumen
4. Mengutamakan pelayanan profesional bagi konsumen
5. Melakukan pengembangan penjualan melalui *website online* dan mengikuti perkembangan *trend* dalam bisnis furnitur
6. Melindungi dan memberikan jaminan kesejahteraan yang layak bagi karyawan dan semua pemangku kepentingan
7. Menjaga kepercayaan dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen
8. Produk / Jasa

Mebelloka Furnitur menjual berbagai produk furnitur produksi lokal seperti aneka rak, sofa, meja, kursi lemari dan *springbed*. Mebelloka Furnitur juga menjual produk dekorasi ruangan seperti lampu hias, tanaman hias, karpet motif dan hiasan dinding.

1. Persaingan

Pesaing utama Mebelloka Furnitur adalah Karya Agung Furniture dan Diana Eva Furniture. Dari analisis *Competitive Profile Matrix* (CPM), Mebelloka Furnitur memiliki poin 3,12. Poin tersebut lebih tinggi dari Karya Agung dan Diana Eva yang masing – masing memiliki poin 2,89 dan 3,03. Mebelloka Furnitur memiliki kekuatan di *display* produk yang menarik yang berbeda dari pesaingnya, pelayanannya yang responsif, penyampaian informasi yang jelas, pengiriman tepat waktu, pelayanan yang ramah dan sarana dan prasarana yang nyaman dan bersih. Kemudian diikuti dengan harga yang bersaing, kualitas yang baik, promosi yang menarik, dan desain toko dan lokasi yang baik. Sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh Mebelloka Furnitur yaitu kurangnya variasi model yang terdapat di *showroom* karena keterbatasan tempat, sehingga pelanggan perlu untuk memasan produk melalui katalog terlebih dahulu dan menunggu 3 atau 4 hari untuk pengiriman produk dilakukan.

1. Target dan Ukuran Pasar

Target Mebelloka Furnitur adalah kalangan menengah keatas. Laki – laki atau perempuan, umur 20 tahun keatas, biasanya orang yang sudah berumah tangga dan memiliki rumah. Pemilik bisnis yang memerlukan furnitur dalam menjalankan bisnisnya seperti restoran, bisnis *property* atau perkantoran, dengan skala usaha menengah dan juga bagi individu yang gemar merias ruangan dan membutuhkan dekorasi ruangan.

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran Mebelloka Furnitur terdiri dari:

1. *Word of Mouth*
2. Media Sosial
3. *Business Card*
4. Promosi *Grand Opening*
5. Brousur
6. Tim Manajemen

Tim manajemen terdiri dari 4 bagian yaitu manajer, bagian keuangan, bagian penjualan,dan bagian logistik. Dimana manajer langsung membawahi 7 orang karyawan dan memiliki tanggung jawab besar karena harus mengontrol proses bisnis dan semua bagian yang ada agar sesuai dengan target dan tujuan yang telah direncanakan organisasi.

1. Kelayakan Keuangan

**Tabel 9.1**

**Analisis Kelayakan Usaha Mebelloka Furnitur**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Analisis** | **Batas Kelayakan** | **Hasil Analisis** | **Kesimpulan** |
| Payback Period | 5 Tahun | 2 tahun 5 bulan 21 hari | Layak |
| Net Present Value | NPV>0 | 530.809.670 | Layak |
| Profitability Index | PI ≥1 | 1,213052165 | Layak |
| Break Even Point | Penjualan > BEP | Penjualan > BEP | Layak |

Sumber: Mebelloka Furnitur, 2019

Jadi, berdasarkan analisis kelayakan usaha yang telah dilakukan oleh Mebelloka Furnitur dapat disimpulkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan